

**ANALISIS DAMPAK BESARAN TARIF BATAS ATAS DAN BATAS  
BAWAH PADA TAKSI ONLINE TERHADAP KEBERLANGSUNGAN  
USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**  
(Studi pada transportasi online Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)



**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh

**Tirani Suryanti**

**NPM. 1451010123**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1439 H/2018 M**

**ANALISIS DAMPAK BESARAN TARIF BATAS ATAS DAN BATAS  
BAWAH PADA TAKSI ONLINE TERHADAP KEBERLANGSUNGAN  
USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**  
(Studi pada transportasi online Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi**



**Pembimbing I : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M. Si**

**Pembimbing II : Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVESITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1439 H/2018 M**

## ABSTRAK

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Dampak penerapan tarif batas atas dan batas bawah terhadap keberlangsungan usaha transportasi taksi online Puspa Jaya di Bandar Lampung?, (2) Penetapan tarif batas atas dan batas bawah pada transportasi online Puspa Jaya di Bandar Lampung ditinjau dari ekonomi Islam?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengurus PT Puspa Jaya Transport di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 21 orang driver taksi online Puspa Jaya. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat dampak positif pada pendapatan transportasi online Puspa Jaya pada tarif batas atas dan batas bawah. Dibuktikan setiap tiga bulan pendapatan bersih perusahaan naik dibawah 5% dan persentase ini terus naik setiap bulan. Hal ini jauh lebih baik dibandingkan ketika belum adanya penetapan batasan tarif atas dan bawah pada taksi online. Pendapatan yang didapatkan karena perbedaan harga yang tidak terlalu jauh sehingga konsumen tidak terpusat pada satu transportasi. Dalam ekonomi Islam penerapan tarif batas atas dan bawah diperbolehkan. Atas dasar memberikan pelayanan yang patut dengan adanya jasa yang diberikan dan kalkulasi harga secara adil.





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp. (0721) 703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi**

**: ANALISIS DAMPAK BESARAN TARIF BATAS  
ATAS DAN BATAS BAWAH PADA TAKSI ONLINE  
TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**Nama Mahasiswa**

**: Tirani Suryanti**

**NPM**

**: 1451010123**

**Jurusan**

**: Ekonomi Syariah**

**Fakultas**

**: Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Untuk dimunagosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munagosyah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.**

**Bandar Lampung, September 2018**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si.**

**Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy.**

**NIP. 198008012003121001**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**

**Madnasir, S.E., M.Si**

**NIP. 197504242002121001**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Ilm. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame, I Bandar Lampung Telp. (0721) 703260*

**PENGESAHAN**

**Skripsi dengan judul : “ANALISIS DAMPAK BESARAN TARIF BATAS ATAS DAN BATAS BAWAH PADA TAKSI ONLINE TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”, disusun oleh : Tirani Suryanti, NPM: 1451010123, Jurusan : Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah, Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, pada hari : Senin, 5 November 2018**

**TIM DEWAN PENGUJI**

**Ketua : Any Eliza, S.E., M.Ak**

**Sekretaris : Nur Wahyu Ningsih, S.E., M.Ak., Akt**

**Penguji I : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si**

**Penguji II : Dr. Asriani, S.H., M.H**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Dr. M. Bahrudin, M.A**

**NPM: 19580824198903 1 003**



## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (Q.S. An Nahl ; 90)



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu memberi perlindungan, kesehatan jasmani dan rohani, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku ibu Jas Sunariyah dan bapak Suyitno. Yang aku hormati dan aku sayangi cintai. Selalu memberikan yang terbaik untuk ku dengan sepenuh jiwa raganya. Yang selalu menyayangi, mengasihi, memberi motivasi dengan nasehat-nasehat yang sungguh berarti hingga skripsi ini selesai. Kesabaran, pengorbanan, dan Kasih sayangmu tak kan ada yang dapat menggantikan. Dan pastinya selalu mendo'akan untuk ku kebahagiaanku. Tanpa beliau aku tak bisa seperti ini. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Adik-adikku yang tersayang Dina Nuryatmi Oktavia dan Dini Lindu Saputri, yang selama ini selalu memberikan senyuman manis sebagai motivasiku. Dan selalu mendo'akan ku disetiap sholat mu. Sehingga aku bisa semangat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakek Karja, nenek Asma , bibi Trisnawati, bibi Siti Ropiah, mamang Agus, kakek Hasan (Alm) yang aku sayangi. Selalu mendo'akan ku disetiap do'a nya. Dukungan dan nasihat mu lah yang menjadikan ku berpegang teguh dengan tujuan awal yaitu menyelesaikan studiku di perguruan tinggi.

4. Pak I Gede Wiradharma, Dodi Putra Sihaloho, Pak Riko Setyawan, serta staff Puspa Jaya yang selalu mendukungku dan memberikan bantuan kelancaran dalam penelitian dan studiku di perguruan tinggi.
5. Sahabat-sahabat tersayangku Fitri Afifah, Aulia Indah Putri dan Annisa Anastasia semangat, dukungan dan do'a hingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamaterku tercinta tempat menimba ilmu-ilmu UIN Raden Intan Lampung.
7. Kabinet Generasi Baru Indonesia (Genbi) UIN Raden Intan Lampung dan Wilayah yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Kalian yang aku sayangi. Kebersamaan, motivasi, do'a kalian yang memotivasiku. Dari kalianlah aku dapat pengalaman, kenangan dan arti sebuah ukhuwah islamiyah.
8. Sahabat-sahabatku tercinta Putri Andini, Ki Agus Raja Abdus Somad, Fadhilatul Inayah, Lilis Istiqomah, Eni Erviana, Siti Nurjannah, Yusuf Iskandar. Yang dari awal perjuangan perkuliahan selalu memberikan suport dan selalu memberikan do'a untukku hingga saatnya kita bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman KKN yang sekarang menjadi sahabat serta saudara yang aku sayangi. MICAN "Nofiana Solehatun" yang selama ini memberikan support, motivasi, memberikan bantuan file-file terkait serta waktunya selama penyelesaian skripsi ini. BURIN "Rini Susanti" yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan senyuman manis mu. Kalianlah yang memberikan arti persahabatan dan persaudaraan selama ini.



10. Untuk padepokan Merpati Putih dan TTKKDH. Yang selama ini banyak memberikan ilmu serta pengalaman yang sangat berarti. Yang selalu memberikan pelajaran-pelajaran yang berawal dari tidak tahu menjadi tahu. Semoga selalu bertambah jaya dan sukses di kanca Regional maupun Sumbagsel.
11. Teman seperjuangan Ekonomi Islam C dan seluruh angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung. Semoga ilmu yang kita dapatkan selama perkuliahan dapat bermanfaat dan ikatan ukhuwah akan selalu ditanamkan didiri kita.



## RIWAYAT HIDUP

Dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 07 Januari 1997. Anak pertama dari tiga bersaudara pasangan Suyitno dan Jas Sunariyah.

Riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah SD Negeri 2 Gedong Air pada tahun 2007, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 7 Bandar Lampung pada tahun 2010, dan melanjutkan ke SMA Negeri 16 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2014.

Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan kejenjang pendidikan tinggi, pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung mengambil Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Adapun penulis selama aktif perkuliahan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, ikut aktif organisasi dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pengalaman organisasi yang pernah diikuti sebagai berikut :

1. Wakil ketua Palang Merah Remaja (PMR) Bandar Lampung pada tahun 2012-2014
2. Wakil ketua Karya Ilmiah Remaja (KIR) SMA Negeri 16 Bandar Lampung pada tahun 2013
3. Sekertaris umum OSIS SMA Negeri 16 Bandar Lampung pada tahun 2013
4. Bendahara umum Rohis SMA Negeri 16 Bandar Lampung pada tahun 2013



5. Anggota PASKIBRA Kota Bandar Lampung pada tahun 2013
6. Anggota KAMMI UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2014-2015
7. Divisi Hubungan Masyarakat KAMMI UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2014-2015
8. Divisi Pengembangan Organisasi Anggota (POA) Genbi UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2017 hingga sekarang
9. Anggota Pengembangan Organisasi Anggota (POA) Genbi wilayah Lampung pada tahun 2017 hingga sekarang
10. Ikatan Pelajar NU Bandar Lampung pada tahun 2018 hingga Sekarang



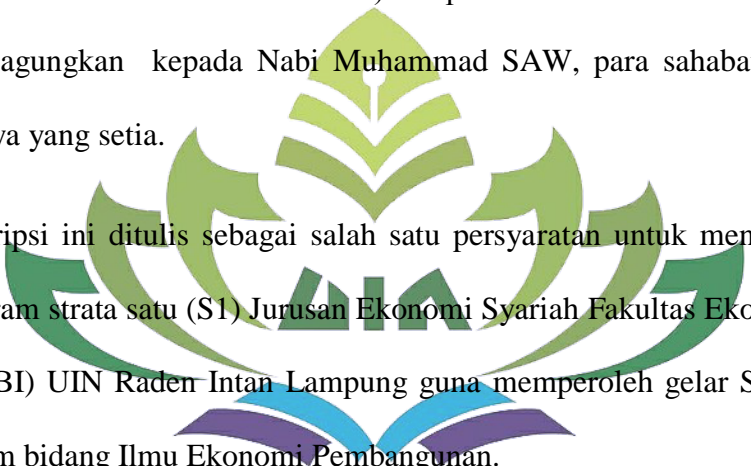
Bandar Lampung, Agustus 2018

Yang Membuat,

Tirani Suryanti

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, dan petunjuk, sehingga skripsi dengan “ANALISIS DAMPAK BESARAN TARIF BATAS ATAS DAN BATAS BAWAH PADA TAKSI ONLINE TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA PT. PUSPA JAYA TRANSPORT BANDAR LAMPUNG)” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disanjung agungkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia.



Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Pembangunan.

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa di haturkan terimakasih sedalam-dalamnya. Secara rinci ungkapan terimakasih itu disampaikan kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag, selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.

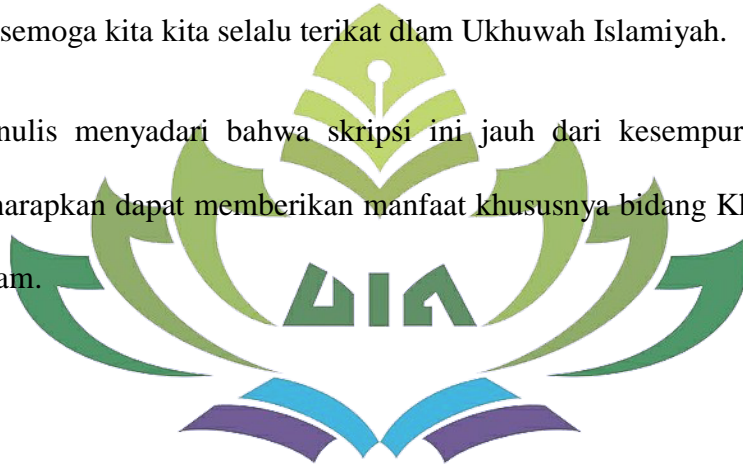
Yang selalu memotivasi mahasiswa untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islami.



2. Dr. Moh. Bahrudin, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan mahasiswa.
3. Madnasir, S.E., M.Si, Deki Fermansyah, S.E., M.Si, selaku Ketua dan Skretaris Jurusan Ekonomi Islam yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan serta selalu memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M. Si dan Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.,Sy. selaku pembimbing I dan II yang telah mengarahkan serta memberikan bimbingan, nasehat, motivasi yang sangat berarti sehingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi. Pimpinan dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Islam dan Institut yang telah memberikan informasi, data referensi, dan lain-lain.
6. Bapak I Gede Wiradharma selaku Manajer Operasional Puspa Jaya Transport, Bapak Riko Setyawan selaku Administrasi Puspa Jaya Transport, Bapak Suhendar selaku Kepala Bus DAMRI Bandar Lampung, PKK Gedong Air dan masyarakat yang telah memberikan dukungan serta informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Sahabat seperjuangan Ekonomi Syariah C dan seluruh angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam yang selalu mendukung dan menjadi inspirasi bagi penulis untuk dapat bersemangat dalam kegiatan perkuliahan khususnya dalam penulisan skripsi ini. Semoga ilmu yang diraih bermanfaat dan berkah dunia akhirat. Untuk keluarga besar GENBI yang banyak memberikan pembelajaran dan pengalaman bagi penulis. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga kita kita selalu terikat dalam Ukhuwah Islamiyah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan akan tetapi diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bidang Khasanah Ekonomi Islam.



Bandar Lampung, Agustus 2018

**Penulis**

**Tirani Suryanti**  
**NPM 1451010123**



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN BIMBINGAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
 <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Penelitian Terdahulu.....	15
H. Metode Penelitian .....	18
I. Kerangka Pikir.....	26

## **BAB II. LANDASAN TEORITIS**

A. Teori Harga .....	27
1. Pengertian Harga.....	27
2. Metode Penetapan Harga .....	29
3. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	31
4. Konsep Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam .....	33
B. Penetapan Harga.....	35
1. Penetapan Harga Secara Konvensional.....	35
2. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam .....	44
3. Batas Atas dan Batas Bawah.....	49
C. Sumber Hukum Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online .....	51
1. Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .....	54
2. Pengawasan Terhadap Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online .....	57
D. Keberlangsungan Usaha.....	59
1. Pengertian Keberlangsungan Usaha.....	59
2. Tahap-tahap Pelaksanaan Penanganan Keluhan Dalam Keberlangsungan Usaha.....	61

## **BAB III. PENYAJIAN DATA**

A. Profil PT. Puspa Jaya Transport.....	63
1. Sejarah berdirinya Puspa Jaya Transport.....	63
2. Visi dan Misi.....	64
3. Tujuan dan peran serta jasa transportasi PT. Puspa Jaya.....	66
B. Daftar Tarif Taksi Online Puspa Jaya .....	68
C. Data Kinerja Emiten Taksi Kwartalan PT. Puspa Jaya.....	71
D. Data Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan PT. Puspa Jaya.....	73
E. Fasilitas layanan PT. Puspa Jaya Transport .....	75
1. Fasilitas Taksi PT. Puspa Jaya .....	75
2. Kemudahan Layanan.....	76

3. Struktur Organisasi PT. Puspa Jaya .....	78
F. Deskripsi Respon Taksi Online PT. Puspa Jaya Transport Berkaitan Dengan Penerapan Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah .....	81

#### **BAB IV. ANALISIS DATA**

A. Analisis Dampak Penerapan Tarif Batas Atas dan Batas Bawah Terhadap Keberlangsungan Usaha Transportasi Taksi Online di Bandar Lampung .....	83
B. Analisis Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Tarif Batas Atas dan Bawah dalam Keberlangsungan Usaha di PT. Puspa Jaya .....	93

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	96
B. Saran .....	97

#### **DAFTAR PUSTAKA**

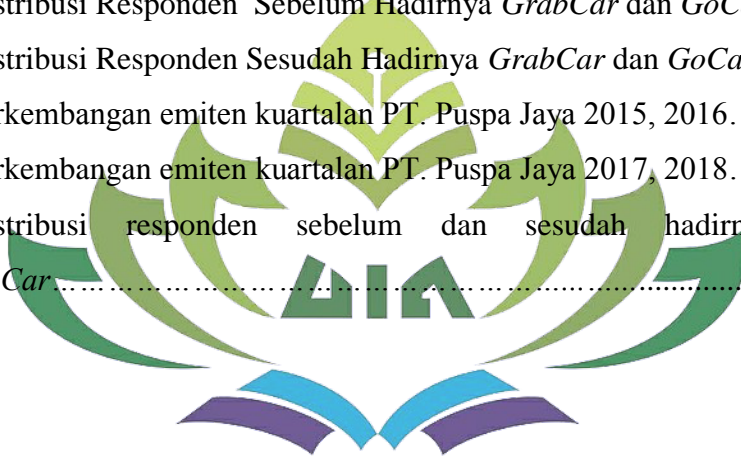
#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Trayek Taksi Online Puspa Jaya.....	10
2. Nama Driver PT. Puspa Jaya Transport.....	65
3. Tarif Taksi Online Puspa Jaya .....	68
4. Pendapatan PT. Puspa Jaya.....	71
5. Perolehan laba bersih PT. Puspa Jaya.....	71
6. Distribusi Responden Sebelum Hadirnya <i>GrabCar</i> dan <i>GoCar</i> .....	73
7. Distribusi Responden Sesudah Hadirnya <i>GrabCar</i> dan <i>GoCar</i> .....	73
8. Perkembangan emiten kuartalan PT. Puspa Jaya 2015, 2016.....	84
9. Perkembangan emiten kuartalan PT. Puspa Jaya 2017, 2018.....	84
10. Distribusi responden sebelum dan sesudah hadirnya <i>GrabCar</i> dan <i>GoCar</i> .....	87



**DAFTAR GAMBAR**

1. Kerangka Pikir .....	26
2. Struktur Organisasi .....	80



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN BIMBINGAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Penelitian Terdahulu.....	15
H. Metode Penelitian .....	18
I. Kerangka Pikir .....	26



## **BAB II. LANDASAN TEORITIS**

A. Teori Harga .....	27
1. Pengertian Harga.....	27
2. Metode Penetapan Harga .....	29
3. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	32
4. Konsep Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam .....	39
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga .....	44
6. Akad (Transaksi Jual Beli).....	50
B. Penetapan Harga.....	53
1. Penetapan Harga dalam Konsep Umum .....	53
2. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam .....	62
3. Batas Atas dan Batas Bawah.....	69
C. Transportasi Berbasis Aplikasi Online.....	71
1. Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .....	74
2. Pengawasan Terhadap Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online .....	77
D. Keberlangsungan Usaha.....	79
1. Pengertian Keberlangsungan Usaha.....	79
2. Tahap-tahap Pelaksanaan Penanganan Keluhan Dalam Keberlangsungan Usaha.....	81

## **BAB III. PENYAJIAN DATA**

A. Profil PT. Puspa Jaya Transport.....	83
1. Sejarah berdirinya Puspa Jaya Transport.....	83
2. Visi dan Misi.....	84
3. Tujuan dan peran serta jasa transportasi PT. Puspa Jaya.....	86
B. Daftar Tarif Taksi Online Puspa Jaya .....	88
C. Data Kinerja Emiten Taksi Kuartalan PT. Puspa Jaya.....	91
D. Data Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan PT. Puspa Jaya.....	93
E. Fasilitas layanan PT. Puspa Jaya Transport .....	95

1. Fasilitas Taksi PT. Puspa Jaya .....	95
2. Kemudahan Layanan.....	96
3. Struktur Organisasi PT. Puspa Jaya .....	98
F. Deskripsi Respon Taksi Online PT. Puspa Jaya Transport Berkaitan Dengan Penerapan Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah .....	101

#### **BAB IV. ANALISIS DATA**

A. Analisis Dampak Penerapan Tarif Batas Atas dan Batas Bawah Terhadap Keberlangsungan Usaha Transportasi Taksi Online di Bandar Lampung .....	103
B. Analisis Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Tarif Batas Atas dan Bawah dalam Keberlangsungan Usaha di PT. Puspa Jaya .....	115

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	120
B. Saran .....	121

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Dalam Penegasan judul ini penulis akan membahas kata yang dianggap penting agar bahasan ini dapat terarah, untuk menghindari kesalah pahaman dan tidak menyimpang dari maksud yang diinginkan.

Adapun judul proposal ini adalah “ **Analisis Dampak Besaran Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah pada Taksi Online terhadap Keberlangsungan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam**” .

1. **Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab, musabab, duduk perkaranya).<sup>1</sup> penguraian suatu pokok atau berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan natar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan sebagai proses pemecahan persoalan yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya.
2. **Dampak** adalah akibat asosiatif yang mencari pertautan nilai antara satu variabel dengan variabel lain. Adapun yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah dampak ataupun pengaruh yang ditimbulkan oleh besaran tarif

---

<sup>1</sup> Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Amelia Surabaya, 2005), h.29.



batas atas dan batas bawah (Variabel X) terhadap keberlangsungan usaha (Variabel Y) pada taksi online Puspa Jaya di Bandar Lampung.<sup>2</sup>

3. **Tarif Batas atas** adalah tarif dasar maksimum yang digunakan sebagai dasar untuk menetapkan jarak maksimum.(KM. No. 89/2002).<sup>3</sup>
4. **Tarif Batas Bawah** adalah tarif dasar minimum yang digunakan sebagai dasar untuk menetapkan jarak minimum yang ditempuh.<sup>4</sup>
5. **Keberlangsungan Usaha** adalah keseluruhan jaringan formal dan informal yang menyangkut aktivitas sektor perusahaan yang ditunjang oleh modal atau dana yang dimiliki dan konsekuensinya bagi keberlangsungan usaha yang dijalani.<sup>5</sup>
6. **Perspektif** berasal dari bahasa itali “Prospettiva” gambar pandangan. Perspektif dapat dikaakan suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu digunakan dalam melihat suatu fenomena.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Sugiono, *Penelitian Administratif* (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 7.

<sup>3</sup> Pengertian Umum Tarif Dasar Batas Atas”(On-line), tersedia di: <https://www.kamusbesar.com> (31 Januari 2018).

<sup>4</sup> Budi Karya Sumardi, “Revisi Peraturan Menteri” (On-line), tersedia di : [www.detikfinance](http://www.detikfinance) (9 Oktober 2017), dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

<sup>5</sup> Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah* (Yogyakarta:UPP STIM YKPN,2014), h. 78.

<sup>6</sup> Elvinaro Ardianto dan Bambang Q-Aness, *Filsafat Ilmu Komunikasi* (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009), h.50.

7. **Ekonomi Islam** adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai *falah* berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunah.<sup>7</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah suatu penelitian dengan tujuan untuk membahas lebih dalam mengenai Dampak Besaran Tarif Batas Atas dan Batas Bawah yang ditetapkan Pemerintah pada sektor transportasi khususnya Taksi Online Terhadap Keberlangsungan Usaha yang dijalani, dengan mengambil studi kasus pada Taksi Online Puspa Jaya di Bandar Lampung.

#### **B. Alasan Memilih judul**

Ada beberapa alasan penulis yang menjadi dasar bagi penulis memilih judul “Analisis Dampak Besaran Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah pada Taksi Online terhadap Keberlangsungan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam” (studi Kasus Taksi Online Puspa Jaya di Bandar Lampung)

##### **1. Alasan Objektif**

Besaran tarif batas atas dan batas bawah dilakukan hanya untuk taksi online saja untuk menjamin tidak terjadinya monopoli oleh perusahaan taksi tertentu dan juga mengatur keberlanjutan pemilik taksi untuk perawatan kendaraannya. Tarif batas bawah dan atas tidak saja manage

---

<sup>7</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h.19.

agar tidak terjadinya monopoli, tetapi juga untuk mengaturnya adanya keamanan agar pemilik taksi itu mampu untuk menabung uang untuk perawatan, membeli kembali dan sebagainya.

Penetapan tarif batas atas dan bawah juga untuk membatasi apabila ada suatu pihak yang akan memberikan diskon yang mengakibatkan pihak-pihak lain tidak mampu bersaing lalu mereka memonopoli. Hal ini agar taksi konvensional dan taksi online bisa hidup berdampingan tanpa saling mematikan mata pencarian satu dengan yang lain.

## 2. Alasan Subjektif

Peneliti melakukan penelitian ini karena banyak referensi mendukung dari skripsi yang akan diteliti sehingga mempermudah peneliti untuk menyelesaikan skripsi yang akan diteliti sehingga mempermudah peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini kedepannya.

### C. Latar belakang masalah

Perkembangan teknologi dan informasi begitu cepat. Meratanya sistem layanan internet dan tingginya pengaruh *smartphone* membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang berpotensi bagi pengembang aplikasi berbasis *mobile*. Selama ini masyarakat menilai bahwa industri aplikasi *mobile* disesaki oleh bidang game dan media sosial. Tetapi ada bidang lain yang sangat potensial, salah satunya adalah di bidang transportasi.<sup>8</sup>

Industri di bidang transportasi menjadi sangat populer. Penggunaan sistem teknologi dan informasi yang menjadikan jasa transportasi lebih efisien untuk digunakan, yaitu dengan pemesanan secara online yang melalui *smartphone*.<sup>9</sup> Seperti yang disebutkan di dalam Al-Qur'an surat Hud ayat 37 yang berbunyi:

وَأَصْنَعِ الْفُلَّكَ بِأَعْيُنِنَا وَوَحِّينَا وَلَا تَخْطُبْنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا إِنَّهُمْ مُّغْرَقُونَ ﴿٣٧﴾

Artinya:

“Dan buatlah kapal itu dengan pengawasan dan petunjuk wahyu Kami dan janganlah kamu bicarakan dengan aku tentang orang-orang yang zalim itu; Sesungguhnya mereka itu akan ditenggelamkan.”<sup>10</sup>

Dalam ayat tersebut menyatakan bahwa Allah SWT secara tegas mengatakan dan memerintahkan mengenai pembuatan kapal yang dapat berpindah ke suatu

---

<sup>8</sup>Reka K. Nistanto, “Kebiasaan orang Indonesia pelototi *smartphone*”, dalam Tekno Kompas, 17 Februari 2018, h. 7

<sup>9</sup>*Ibid.*

<sup>10</sup> Qur'an Terjemah, Al-Hud (11): 37



tempat yang jauh. Menggunakan suatu benda yang bisa ditumpangi manusia dengan jumlah yang banyak, yang berarti pada zaman nabi Nuh AS sudah ada pembuatan transportasi pertama pada masa itu.<sup>11</sup>

Beberapa negara yang sedang berkembang, khususnya Indonesia, sektor angkutan konvensional secara perlahan terlihat semakin kurang menarik dan tidak lagi diminati, terutama oleh generasi muda. Disisi lain, perkotaan menawarkan begitu banyak kesempatan, baik di sektor formal maupun informal. Tambahan lagi, pertumbuhan wilayah di daerah pedalaman lebih lambat dibandingkan dengan di daerah perkotaan. Hal ini menyebabkan tersedia lebih banyak lapangan kerja serta upah gaji yang jauh lebih tinggi di daerah perkotaan dibandingkan dengan di daerah pedalaman.<sup>12</sup>

Awal tahun 70-an diresmikan transportasi umum modern di Indonesia yaitu Taksi. Taksi merupakan transportasi premium yang masih eksis di zaman sekarang ini, dengan menggunakan teknologi jaringan telepon. Masyarakat mudah mengakses taksi dengan cepat, masyarakat merespon baik.<sup>13</sup>

Sesuatu yang memunculkan inovasi akan mendatangkan persaingan yaitu keinginan untuk lebih dari orang lain, baik berupa kekuasaan, prestasi, atau popularitas akan selalu menimbulkan persaingan yang juga akan memunculkan konflik bila tidak disiasati dengan baik. Dalam masyarakat yang semakin kompleks aturan hukum yang tertulis (disamping aturan hukum yang tidak tertulis yang

<sup>11</sup> Hafizh Dasuki dkk, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Yogyakarta, PT. Dana Bhakti Wakaf, 2007)

<sup>12</sup> Ofyar Z Tamin, *Perencanaan Dan Pemodelan Transportasi* (Bandung : ITB, 2000), h. 1-2.

<sup>13</sup> Hendro, *Kewirausahaan* (Jakarta : Erlangga. 2010), h. 10.

berkembang di masyarakat) tentunya juga memainkan peranan penting dalam menjaga keadilan dan keteraturan sosial. Kejelasan aturan dan pelaksanaan hukum akan dapat mengurangi potensi konflik yang destruktif yang dapat terjadi di masyarakat.<sup>14</sup>

Seiring perkembangan zaman, adanya inovasi baru berupa transportasi online memberikan tanggapan baik dan buruk di kalangan masyarakat dan pemilik transportasi lain. Beberapa masyarakat menerima dengan baik adanya transportasi online, karena memberikan kemudahan dalam penggunaan jasa transportasi. Sedangkan bagi pemilik jasa transportasi lainnya, kedatangan jasa transportasi online mengakibatkan kerugian besar bagi transportasi konvensional. Sejumlah perusahaan taksi mulai menurun pendapatannya dan mengalami kerugian. Dalam sistem operasionalnya diharapkan dapat dilakukan dengan tidak menyimpang dari prinsip-prinsip syariah Islam.<sup>15</sup>

Jasa transportasi online tentunya melakukan persaingan dengan menawarkan keunggulannya untuk mengejar keuntungan. Strategi pemasaran yang baru, menjadikan pelanggan tertarik dan ketagihan untuk menggunakan jasa transportasi online. Jika jasa transportasi konvensional tidak melakukan inovasi baru, maka ketidak seimbangan dalam persaingan usaha akan terjadi. Strategi dalam persaingan usaha yang diterapkan oleh jasa transportasi online berbeda-beda. Setiap perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Selain itu, setiap perusahaan

---

<sup>14</sup> Isbandi Rukminto Adi, *Kesejahteraan Sosial (Pekerjaan Sosial, Pembangunan Sosial, dan Kajian Pembangunan*, Edisi. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), h. 58.

<sup>15</sup> Abdul Gofur, *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Lembaga Keuangan Lembaga Pembiayaan dan Perusahaan Pembiayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) h. 54.

transportasi online juga memberikan layanan-layanan yang tidak di dapatkan pada jasa transportasi konvensional. Allah SWT berfirman dalam Quran Surah An-Nisa :29 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”<sup>16</sup>

Berdasarkan ayat tersebut, umat Islam dilarang untuk tidak memakan harta saudaranya dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan yang baik maksudnya segala persaingan memperoleh rezeki sudah ada aturannya, ini menunjukkan bahwa ketika seseorang sama-sama berusaha untuk memperoleh rezki yang halal maka hal itu tidak dilarang oleh agama-agama dan tidak melarang seseorang untuk mencari nafkah dengan cara apa pun sepanjang itu halal.<sup>17</sup>

Untuk mengatasi persaingan tidak sehat atau tidak seimbang antar pelaku usaha, maka pelaku usaha harus memperhatikan UU nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Hal ini sebagai pedoman dalam penerapan bisnis serta menghadapi persaingan antar pemilik bisnis yang

<sup>16</sup>Qur'an Terjemah, An Nisa' (4): 29

<sup>17</sup>Hafizh Dasuki dkk, *Loc. Cit.*

sama.<sup>18</sup> Kemudian di lanjutkan dengan pemberlakuan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 108 tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek sebagai pengganti dari peraturan terdahulu mengenai penetapan tarif batas atas dan batas bawah dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 26 Tahun 2017 sebelum Mahkamah Agung membatalkan 14 pasal dalam Pemenhub 26.<sup>19</sup>

Menurut Budi Karya Sumardi, penetapan tarif batas atas dan tarif batas bawah dilakukan untuk menjamin tidak terjadinya monopoli oleh perusahaan taksi tertentu dan juga mengatur keberlanjutan pemmilik taksi dalam hal perawatan dan pemeliharaan kendaraannya.<sup>20</sup> Penetapan tarif batas bawah juga dilakukan untuk mengurangi persaingan tarif murah yang tidak sehat. Murahnya tarif suatu operator taksi online membuat pihak lain tidak mampu bersaing. Berikut daftar Trayek Taksi Online Puspa Jaya Bandar Lampung.

---

<sup>18</sup>Undang-Undang Republik Indonesia tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2015), h.1.

<sup>19</sup> Peraturan Pemerintah Kementrian Perhubungan Nomor 108 Tahun 2017 tentang Tarif Batas Taksi Online, Pemenhub 26.

<sup>20</sup>*Supra* catatan kaki nomor 3.



Tabel 1.1 Daftar Trayek Taksi Online Puspa Jaya:

No	Trayek	
	Dari	Tujuan
1	Jl Raden Intan dan Jl Kartini	Seputaran Jl Raden Intan dan Kartini, Enggal, Gotong Royong, Durian Payung, Kaliawi, Pasir Gintung, Palapa, Gedung Air, Teluk Betung, Rawa Laut, Pahoman, Bumi Waras, Kantor Gubernur, Garuntang, Gunung Terang, Kedaton, Way Halim, Jagabaya, Antasari, Gedung Meneng, Langkapura, Negeri Olok Gading, Kemiling, Rajabasa, Labuhan Dalam, Bataranila, Way Kandis, KORPRI, ITERA, Lapangan Golf, Batu Putu, Pantai Duta Wisata, Ir. Sutami
2	Terminal Rajabasa	Panjang, Sukaraja, Negeri Olok Gading, Kota Karang, Batu Putu
3	R.S Imanuel	Way Halim Permai, KORPRI, Permata Biru, Sukabumi, Way Lunik, Jagabaya, Tanjung Senang, Labuhan Dalam, Gedung Meneng, Kedaton, Tanjung Karang Pusat, Sukadanaham, Batu Putu, Kota Karang

Sumber : PT. Puspa Jaya Transport Bandar Lampung

Dari data tersebut, diketahui bahwa tarif antar dan jemput taksi online Puspa Jaya di kelompokkan menjadi empat yang berdasarkan jarak jemput dan antar dari penumpang. Trayek yang dicantumkan diatas adalah tarif resmi sebelum adanya pemberlakuan penerapan tarif batas atas dan batas bawah oleh pemerintah No. 108 Tahun 2017. Sesuai aturan Nomor 32 Peraturan Dirjen Perhubungan Tahun 2016, tarif taksi untuk Taksi Puspa Lampung menggunakan tarif argometer per Kilometer Rp. 4.500 dan buka pintu (*flag fall*) Rp. 7.000 dengan tarif minimal Rp. 30.000.

Penentuan tarif oleh perusahaan menunjukkan bahwa transportasi berbasis online dalam bentuk mobil ini tidak melaksanakan peraturan yang ditetapkan oleh Dinas Perhubungan. Tarif yang relatif lebih murah menjadikan pasar angkutan umum lainnya berkurang, sekalipun transportasi berbasis online tidak bersaing dengan angkutan umum lainnya.

Penetapan tarif baru ini juga melindungi konsumen dari mahalnya tarif taksi online yang terkadang tidak masuk akal saat waktu tertentu. Misalnya, pada saat jam sibuk (*rush hour*) ataupun hujan, saat permintaan menjadi tinggi, dampaknya tarif taksi online menjadi jauh lebih mahal ketimbang biasanya. Sebab, taksi online menetapkan perbedaan harga saat jam sibuk (*rush hour*) dan tingginya permintaan (*non rush hour*).

Bagi pengemudi taksi online meskipun batasan tarif ini cenderung lebih tinggi dibandingkan tarif sebelumnya, tapi akan berdampak langsung pada jumlah pendapatan mereka. Pertama meskipun biaya tarif taksi online cenderung lebih murah

daripada konvensional, tapi dengan perbedaan harga yang tidak signifikan dipastikan jumlah penumpang taksi online akan berkontraksi. Dampak lainnya adalah bonus yang diterima oleh pengemudi. Pendapatan pengemudi taksi online tak hanya diterima dari biaya yang dibayarkan oleh penumpang tetapi melalui bonus yang dihitung baik dari jumlah perjalanan (*trip*) hingga promosi yang diberikan oleh operator layanan. Dengan adanya jumlah kontraksi jumlah penumpang/ perjalanan karena perbedaan harga yang tidak signifikan, maka akan berdampak pada jumlah bonus yang diterima pengemudi.<sup>21</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu-lintas dan Angkutan jalan yang menyatakan bahwa lalu-lintas dan angkutan jalan sebagai bagian dari sistem transportasi nasional harus dikembangkan potensi dan peranannya untuk mewujudkan keamanan, keselamatan, ketertiban, dan kelancaran berlalu-lintas dan angkutan jalan dalam rangka mendukung pembangunan ekonomi dan pengembangan wilayah mengingat penting dan strategisnya peranan lalu-lintas dan angkutan jalan yang menguasai hajat hidup orang banyak, maka lalu-lintas dan angkutan jalan dikuasai oleh negara dan pembinaannya dilakukan oleh pemerintah.<sup>22</sup>

Penetapan tarif batas atas dan tarif batas bawah menunjukkan bahwa kelangsungan hidup masyarakat di dalam berusaha dan keberhasilannya bertumpu pada memuaskan baik tujuan ekonomi (misalnya maksimalisasi laba) dan non-

<sup>21</sup> Ofyar Z Tamin, *Ibid.* h. 2

<sup>22</sup> Dedi Setyawan, "Upaya Perum Damri Dalam Meningkatkan Pelayanan Transportasi Angkutan Umum Perintis di Kabupaten Ponorogo". (Tesis Program Magister Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah, Ponorogo, 2017), h. 1.

ekonomi (misalnya kinerja sosial perusahaan) dengan memenuhi kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah di dalam menjalankan usaha transportasi online. Dalam hal ini menyangkut mengenai omset perhari yang didapatkan oleh masing-masing driver taksi online setelah dan sebelum adanya penetapan mengenai besaran tarif batas atas dan tarif batas bawah yang diizinkan oleh pemerintah pusat dalam hal ini dikhususkan pada taksi online di Bandar Lampung.

#### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak penerapan tarif batas atas dan batas bawah terhadap keberlangsungan usaha transportasi taksi online Puspa Jaya di Bandar Lampung?
2. Bagaimana penetapan tarif batas atas dan batas bawah pada transportasi online Puspa Jaya di Bandar Lampung ditinjau dari ekonomi Islam?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dampak penerapan tarif batas atas dan batas bawah terhadap keberlangsungan usaha transportasi taksi online Puspa Jaya di Bandar Lampung
2. Menganalisis penetapan tarif batas atas dan batas bawah pada transportasi online Puspa Jaya di Bandar Lampung ditinjau dari ekonomi Islam.



## F. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

### b. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bernilai ilmiah bagi pengembangan khazanah ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan hal-hal ekonomi di bidang ekonomi Islam mengenai dampak besaran batasan tarif batas atas dan bawah bagi usaha.

### c. Secara Praktis

#### a. Bagi Pelajar/ Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan informasi yang mungkin sangat berguna kepada pelajar/mahasiswa dalam upaya pengembangan pemikiran dalam Ilmu Pengetahuan.

#### b. Bagi PT. Puspa Jaya Transport

Penelitian ini dapat dijadikan informasi kepada usaha Taksi online PT. Puspa Jaya Transport yang ada di Bandar Lampung pentingnya pengenaan tarif yang digunakan pada agrometer.

## G. Penelitian Terdahulu

Pengkajian teori tidak akan terlepas dari kajian pustaka atau studi pustaka karena teori secara nyata dapat diperoleh melalui studi atau kajian kepustakaan. Menurut Prastowo kegiatan ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi ilmiah, berupa teori-teori, metode, atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah di dokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman, dokumen-dokumen dan lain-lain yang terdapat di perpustakaan.<sup>23</sup>

1. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Kahar (2010) dengan judul interaksi sosial sopir angkutan umum di UIN Alauddin Makassar. Dalam penelitian ini proses sosial yang mengarah menggabungkan ditunjukkan bagi terwujudnya nilai-nilai yang disebut kebajikan sosial seperti keadilan sosial, solidaritas merupakan pilihan satu-satunya yang dapat menunjang penghasilan mereka karena ditinjau dari pendidikan mereka.<sup>24</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Suradi (2016) dengan judul tukang ojek studi tentang perilaku berlalu lintas di wilayah perumnas antang, Makassar. Profesi pengojek ternyata dipilih karena keterbatasan modal dan keterampilan yang dimiliki oleh penduduk asli, disamping itu terdapat faktor “kebebasan” secara waktu serta ekonomi “lebih” dibandingkan menjadi buruh atau petani, tingkat pemahaman berlalu lintas tukang ojek

---

<sup>23</sup> Prastowo, *Metode Penelitian Kuantitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), h. 81.

<sup>24</sup> Abdul Kahar, “Interaksi Sosial Sopir Angkutan Umum di UIN Alauddin Makassar”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2 No. 4 (2010).

di perumnas Antang cukup memadai, sehingga pelanggaran-pelanggaran dalam berlalu lintas dapat diminimalisir.<sup>25</sup>

3. Penelitian yang dilakukan Atika Zahra (2017) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap Kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online dengan hasil kenaikan harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.<sup>26</sup>
4. Penelitian yang dilakukan Darmadi (2016) dengan judul dampak transportasi online terhadap transportasi angkutan umum lainnya di Kota Makassar. Tarif konvensional mengalami penurunan orderan/ pangkalan sewa sehingga pendapatan setoran pengemudi berkurang setiap hari serta pendapatan perusahaan setiap bulannya tidak tercapai dan perusahaan terancam bangkrut di situlah seluruh angkutan melakukan aksi demo.<sup>27</sup>
5. Penelitian yang dilakukan Deddy Setyawan Wicaksono (2010) dengan judul analisis kepuasan pengguna jasa transportasi taksi online untuk meningkatkan loyalitas dengan hasil memberikan motivasi dan pelatihan

---

<sup>25</sup>Suradi, "Tukang Ojek Studi Tentang Perilaku Berlalu Lintas di Wilayah Perumnas Antang Makassar". *Jurnal Hukum*, Vol 5 No 2 (2016)

<sup>26</sup>Atika Zahra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2. No 3 ( 6 Oktober 2017)

<sup>27</sup>Darmadi, "Dampak Transportasi Online Terhadap transportasi angkutan umum lainnya di Kota Makassar". (Disertasi Program Ilmu Filsafat dan Politik Universitas Islam Negeri Alaudin, Makassar, 2016)

pada karyawan khususnya para sopir, karena para sopir inilah yang akan berhubungan dengan penumpang untuk memberikan pelayanan.<sup>28</sup>

6. Penelitian yang dilakukan Yoviano Salomo P. Siregar (2011) dengan judul analisa dugaan penetapan tarif bawah taksi di Provinsi DKI Jakarta Menurut Hukum Persaingan Usaha dengan hasil dampak yang ditimbulkan dari penetapan tarif bawah taksi memberikan hasil yang negatif terhadap persaingan usaha yang sehat.<sup>29</sup>

Perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni, penulis mengkaji tentang penerapan tarif batas atas dan batas bawah pada keberlangsungan usaha taksi online yang dilakukan pemerintah kepada pemilik usaha dan driver taksi. Sedangkan penelitian terdahulu tersebut mengkaji tentang penambahan harga, kualitas layanan, loyalitas dan citra merek pada transportasi online. Bersamaan dengan tesis sebelumnya yakni, sama-sama membahas tentang harga maupun tarif khususnya untuk dampak yang ditimbulkan dari penetapan tarif bawah taksi. Kemudian tersusun menjadi judul “Analisis Dampak Besaran Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah Pada Taksi Online Terhadap Keberlangsungan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam” studi kasus pada taksi online Puspa Jaya di Bandar Lampung.

---

<sup>28</sup>Deddy Setyawan Wicaksono, “Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Online Untuk Meningkatkan Loyalitas”. (Tesis Program Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang, 2010)

<sup>29</sup>Yoviano Salomo P. Siregar, “Analisa Dugaan Penetapan Tarif Bawah Taksi di Provinsi DKI Jakarta Menurut Hukum Persaingan Usaha”. (Tesis Program Studi Ilmu Hukum Kekhususan Kegiatan Ekonomi Universitas Indonesia, Depok, 2011)



## H. Metode Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah driver taksi online puspa jaya di kota Bandar Lampung, driver taksi online akan diberikan beberapa pertanyaan wawancara kemudian data yang diperoleh akan dianalisis.

### 2. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai peristiwa persaingan usaha jasa transportasi online di Bandar Lampung. Penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus atau study kasus (*case study*) tentang dampak besaran tarif batas atas dan batas bawah pada keberlangsungan usaha di dalam persaingan usaha transportasi online dengan pendekatan deskriptif kualitatif.<sup>30</sup> Penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*Library research*), yaitu penelitian yang menggunakan literatur (kepuustakaan), baik berupa buku, catatan, laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu.<sup>31</sup>

#### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif adalah penelitian yang hanya melukiskan keadaan persaingan usaha jasa transportasi online di Bandar

---

<sup>30</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet. ke-15, (Jakarta:Rineka Cipta, 2013), h. 121.

<sup>31</sup> Susiadi, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Cetakan ketujuh (Bandung: CV. Mandar Maju, 1996), h. 81.

Lampung dan tidak dimaksudkan untuk menarik kesimpulan yang berlaku umum.<sup>32</sup> Penelitian ini berarti mengemukakan gambaran data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Dalam hal ini penelitian akan difokuskan pada dampak besaran tarif batas atas dan bawah pada Taksi Online di Bandar Lampung, apakah sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan hukum ekonomi bisnis Islam (perpektif ekonomi Islam).

Adapun penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu suatu penelitian atau metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*.<sup>33</sup>

Metode ini disebut kualitatif karena data penelitian berupa kata-kata tertulis bukan berupa angka dan analisis menggunakan asumsi realistas yang bersifat holistik (menyeluruh).<sup>34</sup> Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian

---

<sup>32</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi UII, 1993), h. 8.

<sup>33</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 9.

<sup>34</sup> *Ibid.* h. 223

pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci.<sup>35</sup>

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>36</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah PT. Puspa Jaya di Bandar Lampung.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi terkecil yang dapat menggeneralisasi yang diambil dari sebagai sumber data dan dapat mewakili populasi.<sup>37</sup> Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu, yaitu perusahaan yang bergerak pada bidang transportasi khususnya taksi online yang ada di Bandar Lampung dan penetapan dasar besaran tarif batas atas dan tarif batas bawah pada agrometer yang digunakan. Berdasarkan kriteria tersebut, sampel penelitian ini ditujukan

<sup>35</sup> Rijal Arifin, *Mengenal Jenis Dan Teknik Penelitian*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 288.

<sup>36</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op. Cit.*, h. 80.

<sup>37</sup> Sugiono., *Op. Cit.*, h. 81.

pada perusahaan PT. Puspa Jaya Transport di Bandar Lampung sebanyak 21 orang.

#### 4. Data dan Sumber Data

Data adalah informasi yang akan diolah dan dipergunakan untuk membuktikan kebenaran teori, menyimpulkan tentang sesuatu maupun mencari jawab atas hipotesis penelitian yang diajukan.<sup>38</sup> Pengertian lain dari data yaitu keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui, yang dianggap atau anggapan dari suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain sebagainya.<sup>39</sup>

Penelitian ini terfokus dan lebih mengarah pada persoalan-persoalan penentuan ekonomi Islam yang berkaitan dengan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Analisis Dampak Besaran Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah pada Taksi Online terhadap Keberlangsungan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Taksi Online PT. Puspa Jaya Transport di Bandar Lampung), serta faktor-faktor yang melatar belakangi hal tersebut. Oleh karena itu sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>38</sup> Syamsul Hadi, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*, edisi I (Yogyakarta: Ekonisia, 2006), h. 37.

<sup>39</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistika*, cet. Ke III (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 19.

a. Data primer

Sumber Data Primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung, dikumpulkan melalui media kuesioner/ angket, wawancara dan survey langsung dari responden atau objek yang diteliti.<sup>40</sup> Sumber data utama yakni pengurus PT. Puspa Jaya Transpot

b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor, buku (kepustakaan), atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat kaitannya dengan objek dan tujuan penelitian.<sup>41</sup> Data ini biasanya sudah diolah atau ditabulasikan oleh kantor dan pihak yang bersangkutan. Dalam hal ini peneliti mengambil data dari buku-buku yang berkaitan dengan tema penelitian ini, yaitu buku strategi persaingan usahadan data website transportasi online, maupun data dari website lainnya yang masih ada hubungannya dengan tema penelitian ini. Sumber data yaitu responden-responden yang akan diteliti adalah driver taksi online dikhususkan pada taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung.

## 5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah langkah dalam penelitian untuk mendapatkan data dengan mencatat peristiwa atau keterangan -keterangan atau karakteristik –karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan

---

<sup>40</sup> Sugiono, *Op. Cit.* h.137

<sup>41</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 58.



menunjang atau mendukung penelitian.<sup>42</sup> Untuk itu dalam pengumpulan data tersebut digunakan beberapa metode, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam.<sup>43</sup> Wawancara tersebut akan dilakukan kepada pengurus PT. Puspa Jaya. Wawancara tersebut akan dilakukan terhadap beberapa driver taksi online Puspa Jaya sesuai dengan bidang yang penulis teliti untuk lebih dalam.

b. Observasi

Observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan kegiatan observasi, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris.<sup>44</sup> Dalam hal observasi dilakukan pada driver taksi Puspa Jaya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek peneliti, namun melalui dokumen. Berupa foto wawancara driver di lapangan<sup>45</sup>

---

<sup>42</sup> Susiadi, *Op. Cit.* h.91.

<sup>43</sup> *Ibid.* h. 107.

<sup>44</sup> *Ibid.* h. 114

<sup>45</sup> *Ibid.* h. 115.

## 6. Metode Pengolah Data

Pengolahan Data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumusan-rumusan tertentu. Selanjutnya pengolahan data dilakukan dengan langkah-langkah berikut :

### a. Pemeriksaan data (*editing*)

Pemeriksaan data atau editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan, karena kemungkinan data yang masuk (raw data) atau terkumpul itu tidak logis atau meragukan. Yang bertujuan untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi, sehingga kekurangannya dapat dilengkapi atau diperbaiki.<sup>46</sup>

### b. Sistematika Data (*sistemizing*)

Bertujuan menempatkan dan mengurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah,<sup>47</sup> dengan cara melakukan pengelompokan data yang telah diedit kemudian diberi tanda menurut kategori-kategori dan urutan masalah.

---

<sup>46</sup> *Ibid* h.122.

<sup>47</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung; Citra Aditya Bakti, 2004) h.126.

### c. Metode Analisis Data

Analisis data adalah cara untuk menguraikan dan memecahkan suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian atau komponen-komponen yang lebih kecil.<sup>48</sup> Dalam hal ini data tersebut akan dianalisa sesuai dengan kajian penelitian yaitu “ Analisis Dampak Besaran Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah pada Taksi Online terhadap Keberlangsungan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Taksi Online Puspa Jaya di Bandar Lampung)”.

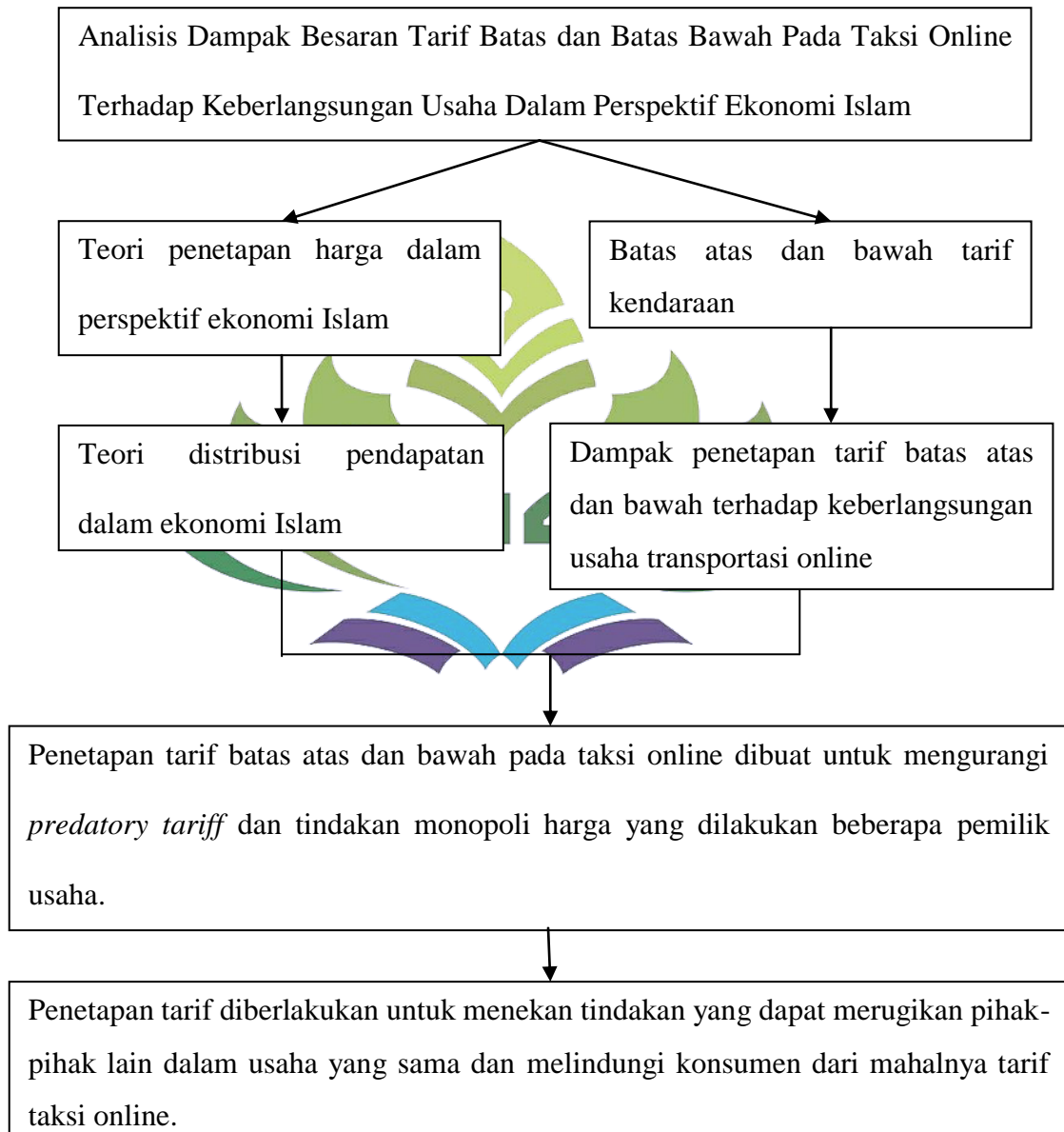
Setelah data terkumpul selanjutnya data akan dioleh menggunakan metode kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif yaitu suatu gambaran penjelasan secara logis dan sistematis. Kemudian akan ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan deduktif.

---

<sup>48</sup> Susiadi *Op.Cit* h.127

## I. Kerangka Pikir

Untuk memperjelas maksud dalam penelitian ini maka dibuatlah kerangka pikir yaitu:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori Harga

##### 1. Pengertian Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.<sup>49</sup> Menurut William J. Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga menurut Jerome Mc Cartgy harga adalah apa yang di bebaskan untuk sesuatu.<sup>50</sup>

Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli

---

<sup>49</sup> Tim Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar* (Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008), h. 450.

<sup>50</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), Cet 2, h. 268.



pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa.

Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek.

Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

## 2. Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga, ada berbagai macam metode yang dapat digunakan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak seperti konsumen akhir, penyalur, pesaing, penyuplai dana, para pekerja, dan pemerintah. Karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan. Kotler menyebutkan beberapa rincian pada prosedur enam langkah dalam menetapkan harga:<sup>51</sup>

### a. Memilih Tujuan dalam Penetapan Harga

Pada awalnya perusahaan harus memposisikan penawaran pada pasar, karena semakin jelas tujuan perusahaan maka semakin mudah perusahaan menetapkan harga. Tujuan tersebut adalah :

#### 1) Kemampuan Bertahan

Tujuan ini digunakan saat perusahaan mengalami kondisi yang mendesak seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat dan keinginan konsumen yang berubah. Selama harga menutupi biaya variabel dan beberapa biaya tetap

---

<sup>51</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, h. 76.

dalam hal ini keuntungan tidak begitu terlihat menonjol demi bertahan dalam menghadapi kepunahan.

## 2) Laba Saat Ini Maksimum

Biasanya perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan memilih harga yang menghasilkan laba saat ini.

## 3) Pangsa Pasar Maksimum

Dengan memaksimalkan pangsa pasar, maka akan semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Saat menetapkan harga terendah asumsi nya pasar sensitif terhadap harga, hal ini disebut dengan praktik penetapan harga penetrasi pasar, hal ini dapat diterapkan dengan kondisi berikut :

- a) Pasar sangat sensitif terhadap harga dan harga rendah merangsang pertumbuhan pasar.
- b) Biaya produksi dan distribusi menurun seiring terakumulasinya pengalaman produksi.
- c) Harga rendah mendorong persaingan aktual dan potensial.

## 4) Pemerahan Pasar Maksimum

Pada mulanya harga ditetapkan tinggi dan turun secara perlahan seiring berjalan nya waktu atau penetapan harga pemerah pasar. Hal ini akan gagal

bila pesaing besar yang memutuskan untuk menurunkan harga. Memerah pasar dapat dilakukan dengan kondisi :

- a) Terdapat cukup banyak pembeli yang memiliki permintaan yang cukup tinggi saat ini.
  - b) Biaya satuan memproduksi volume kecil yang tidak begitu tinggi hingga menghilangkan keuntungan dari mengenakan harga maksimum yang mampu diserap pasar.
  - c) Harga awal yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing ke pasar.
  - d) Harga tinggi mengkomunikasikan citra produk yang unggul.
- 5) Kepemimpinan Kualitas Produk
- Perusahaan berusaha menjadi pemimpin kualitas produk di pasar dengan mengedepankan merek “kemewahan terjangkau” produk dan jasa yang ditentukan oleh tingkat kualitas anggapan, selera, dan status yang tinggi dengan harga yang dapat dijangkau konsumen.

### 3. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

#### a. Pengertian Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad.<sup>52</sup> Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang /jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi, penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang

---

<sup>52</sup> Prof.DR.H.Rachmat Syafei, MA. *Fiqih Muamalah* (Bandung : Pustaka Setia, 2000) h.87



haram. Tas'ir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan.<sup>53</sup>

Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.<sup>54</sup>

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar.

Dalam penjualan islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar islam yang bersih, yaitu:

- a. Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b. Bersikap benar, amanah dan jujur
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba

---

<sup>53</sup> DR. Yusuf Qardhawi. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta : Gema Insani, 1997) h.257

<sup>54</sup> *Ibid*

- d. Menerapkan kasih sayang
- e. Menegakkan toleransi dan keadilan<sup>55</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.<sup>56</sup> Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut yang impersonal.

Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan.<sup>57</sup> Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>55</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin (Jakarta:Gema Insani,1999),h.189

<sup>56</sup> Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2011),h.144

<sup>57</sup> *Ibid*, h. 145

- 1) Talaqqi rukban dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidak tahuan penjual dikampung akan harga yang berlaku dikota. Mencegah masuknya pedagang desa kekota ini akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
- 2) Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.
- 3) Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
- 4) Menukar kurma kering dengan basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
- 5) Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua tukar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurnma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
- 6) Transaksi najasy dilarang karena si penjual menaruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.

- 7) Ikhtikar dilarang yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
- 8) Ghaban faa-hisy (besar) dilarang yaitu menjual diatas harga pasar.<sup>58</sup>
- 9)

#### **b. Dasar Hukum Harga dalam Ekonomi Islam**

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi Islam itu sendiri memiliki beberapa sumber, yaitu:

##### 1) Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah sumber pokok bagi pandangan Islam. Al-Qur'an merupakan Kalam Ilahi yang bersifat abadi yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW.<sup>59</sup> Al-Qur'an adalah sumber utama pengetahuan sekaligus sumber hukum yang memberi inspirasi pengaturan segala aspek kehidupan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, dalam al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

<sup>58</sup> Ibid, h. 153

<sup>59</sup> M. Faruq an-nabahan, *Sistem Ekonomi Islam* (pilihan setelah kegagalan kapitalisme dan sosial) (Yogyakarta: UII Pres, 2002), h. 20

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.”<sup>60</sup>

Berdasarkan ayat di dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil, artinya tidak ada haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti pendapat Suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, dan menganiaya. Menurut Hasan dan Ibnu Abbas, memakan harta orang lain dengan tidak ada pergantian. Termasuk juga dalam jalan batil ini segala jual beli yang dilarang syara', yang tidak termasuk ialah jalan perniagaan yang saling “berkeridhaan” (suka sama suka) di antaramu, yakni dari kedua pihak. Sudah tentu perniagaan yang diperbolehkan oleh syara'.<sup>61</sup> Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-Baqarah (2) ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ  
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya :

“maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan memerangimu, dan jika kamu

<sup>60</sup> Quran Terjemah, An Nisa (4):29

<sup>61</sup> Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam*, Edisi 1 Cet 1 (Jakarta: Kencana,2006),h. 258



bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.<sup>62</sup>

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan). Berlaku adil akan dekat dengan, karena itu berlaku tidak adil akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia. Karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar.

## 2) Hadis (Sunnah)

Menurut Ibnu Tamiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah SWT. Asy-Syaukuni menyatakan, bahwa hadis diatas dijadikan dalil bagi pengharaman pematokan harga dan bahwa ia (pematokan harga) merupakan suatu kezaliman (yaitu penguasa memerintahkan para penghuni pasar agar tidak menjual barang-barang mereka kecuali dengan harga yang sekian, kemudian melarang mereka untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut. Alasannya bahwa manusia dikuasakan atas mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka. Padahal seorang iman diperintahkan untuk memelihara kemaslahatan umat islam.

---

<sup>62</sup> Departemen Agama RI, *Op.Cit*,h.47

#### 4. Konsep Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-'adl/justice*), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini. Antara lain: *si'r almitsl*, *tsaman al mitsl* dan *qimah al-'adl*. Istilah *qimah al'adl* (harga yang adil) pernah digunakan dalam Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil (*shahih muslim*). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib.

Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas diyat (*denda*), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik. Istilah *qimah al-'adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengkodifikasikan hukum islam tentang transaksi bisnis dalam obyek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya. Meskipun istilah-istilah diatas telah digunakan sejak masa Rasulullah dan al-Khulafa' al-Rasyidin, tetapi sarjana muslim pertama yang memberikan perhatian secara khusus adalah Ibnu Taimiyah.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'* (Jakarta: Robbani Press, 2004), h. 316 29

Ibnu Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga ini, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai, dan mempertimbangkan harga yang setara itu sebagian harga yang adil.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari'ah islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Konsep harga yang adil yang didasarkan atas konsep *equivalen price* jelas lebih menunjukan pandangan yang maju dalam teori harga dengan konsep *just price*. Konsep *just price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas dasar harga suatu barang. Itulah sebabnya syariah

islam sangat menghargai harga yang terbentuk atas dasar kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.<sup>64</sup>

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajaran islam dan dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan oleh distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain:

- a. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dalam hal *purchasing power*
- b. Bila tidak dilakukan intervensi harga maka penjual dapat menaikkan harga dengan cara ikhtikar. Dalam hal ini penjual menzalimi pembeli.
- c. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil, sehingga intervensi harga berarti pula melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.<sup>65</sup>

Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ekonomi islam. Menegakkan keadilan dan membrantas kezaliman adalah tujuan utama dari

---

<sup>64</sup> *Ibid*,h.351

<sup>65</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonomisia, 2002),

risalah para Rasul-Nya. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashidsyariah*. Sayyid Qutb menyebutkan keadilan sebagai unsur pokok komprehensif dan terpenting dalam aspek seluruh kehidupannya.

Menurut Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), berdasarkan makna adil yang ada dalam al-qur'an sebagaimana disebutkan diatas, maka bisa dirutunkan nilai turunan yang berasal darinya sebagai berikut:

a. Persamaan Kompensasi

Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan kompensasi yang sepadan kepada pihak lain sesuai dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan yang telah dilakukan inilah yang menimbulkan hak kepada seseorang yang telah melakukan pengorbanan untuk memperoleh balasan yang seimbang dengan pengorbanannya

b. Persamaan Hukum

Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama di muka hukum. Tidak boleh ada diskriminasi terhadap seseorang di muka hukum atas dasar apa pun juga. Dalam konteks ekonomi, setiap orang harus diperlakukan sama dalam setiap aktivitas maupun transaksi

ekonomi. Tidak adal alasan untuk melebihkan hak suatu golongan atas golongan lain hanya karena kondisi yang berbeda dari kedua golongan tersebut.

c. Moderat

Moderat disini dimaknai sebagai posisi tengah-tengah. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang jika seseorang yang bersangkutan mampu memposisikan dirinya dalam posisi ditengah. Hal ini memberikan implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperingan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.

d. Proporsional

Adil tidak selalu diartikan kesamaan hak, namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atau proporsional, baik dari sisi tingkat kebutuhan, kemampuan, pengorbanan, tanggungjawab ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta:Rajawali Press,2009),h.59



## 5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

### a. Permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Istilah yang digunakan oleh Ibnu Taimiyah untuk menunjukkan permintaan ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan sesuatu kompleks, dikatakan berasal dari Allah. Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Faktor-Faktor penentu permintaan
- 2) Harga barang yang bersangkutan

Harga barang yang bersangkutan merupakan determinan penting dalam permintaan. Pada umumnya, hubungan antara tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negatif. Semakin tinggi tingkat harga, maka semakin rendah jumlah permintaan, demikian juga sebaliknya.<sup>67</sup>

Secara spesifik pengaruh harga terhadap permintaan ini dapat diuraikan lagi menjadi:

- (a) Efek subsituasi
- (b) Efek pendapatan
- (c) Pendapatan konsumen
- (d) Harga barang lain yang terkait

---

<sup>67</sup> *Ibid*, h.312

(e) Selera konsumen

(f) Ekspektasi (pengharapan)

3) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga

Ibnu Taimiyah mencatat terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga, yang tertulis dalam satu bagian dalam bukunya *fatawa*, yaitu:

(a) Keinginan penduduk (*ar-raghabah*)

Yaitu keinginan atas barang-barang berbeda dan seringkali berubah. Hal ini turut dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya suatu barang. Semakin langka semakin diminati oleh masyarakat. Dalam ekonomi konvensional hal ini dikenal dengan istilah *preference* (minat).

(b) Jumlah orang yang meminta semakin banyak orang yang meminta dalam satu jenis barang dagangan, maka semakin mahal harga barang dagangan.

(c) Kuat atau lemahnya permintaan jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi dibandingkan jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.

(d) Kualitas pembeli harga juga berubah-ubah, sesuai dengan siapa saja transaksi tersebut dilakukan. Pembeli yang punya

kredibilitas yang buruk, sering bangkrut mengulur-ulur pembayaran akan mendapatkan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang memiliki predikat baik.

(e) Jenis uang yang digunakan

Harga juga dipengaruhi oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. Hal diatas harus dapat terjadi, karena tujuan dari suatu transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli.

(f) Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa, karena adanya biaya tambahan akan mengakibatkan perubahan harga.

b. Permintaan

Permintaan berbagai jenis barang pada umumnya disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Kalau salah satu variabel naik (misalnya harga) maka variabel yang lainnya akan turun (misalnya jumlah yang diminta).<sup>68</sup>

c. Penawaran

Dalam khazanah pemikiran ekonomi islam klasik, pasokan (penawaran) telah dikenal sebagai kekuatan penting didalam pasar.

---

<sup>68</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ke-3* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 78

Ibnu Taimiyah, misalnya mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan barang dipasar. Dalam pandangannya. Penawaran dapat berasal dari impor dan produksi lokal, sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen atau penjual. Namun, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran antara lain:

#### 1) Masalah

Pengaruh masalah terhadap penawaran pada dasarnya akan tergantung pada tingkat keimanan dari produsen. Jika jumlah *masalah* yang terkandung dalam barang yang diproduksi semakin meningkat, maka produsen akan memperbanyak jumlah produksinya, produsen dengan tingkat keimanan “biasa” kemungkinan akan menawarkan barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini jika barang atau jasa yang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum, maka produsen akan menganggapnya sudah baik, sehingga pertimbangan penawaran selanjutnya akan didasarkan pada keuntungan

#### 2) Keuntungan

Keuntungan merupakan bagian dari *masalah* karena ia dapat mengakumulasi modal yang pada akhirnya dapat digunakan untuk berbagai aktivitas lainnya. dengan kata lain, keuntungan akan

menjadi tambahan modal guna guna memperoleh masalah lebih benar lagi untuk mencapai *falah*.<sup>69</sup>

Keuntungan menurut Ibnu Khaldun yaitu jumlah nilai yang tumbuh dan berkembang dalam perdagangan. Sedangkan perdagangan menurutnya adalah usaha manusia untuk memperoleh dan meningkatkan pendapatannya dengan mengembangkan properti yang dimilikinya, dengan cara membeli komoditi dengan harga murah dan menjualnya dengan harga yang mahal.<sup>70</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan adalah:

(a) Harga barang

Faktor utama yang menentukan keuntungan adalah harga barang itu lama dikenal oleh pemikir ekonomi Islam klasik. Jika harga barang naik, maka jumlah keuntungan per unit yang akan diperoleh juga naik. Hal ini kemudian akan meningkatkan keuntungan total dan akhirnya mendorong produsen untuk menaikkan jumlah penawarannya.

(b) Biaya produksi

Biaya produksi jelas menentukan tingkat keuntungan. Sebab keuntungan adalah selisih antara penerimaan (revenue) dengan biaya (cost). Jika biaya turun, maka keuntungan produsen atau

<sup>69</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Op cit*, h.318

<sup>70</sup> Ibnu Khaldun, *Mukaddimah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h.712

penjual akan meningkat dan seterusnya akan mendorongnya untuk meningkatkan jumlah pasokan kepasar. Biaya produksi akan ditentukan oleh dua faktor seperti: harga input produksi dan teknologi produksi.

d. Pasokan penawaran

Pada umumnya kurva penawaran masuk dari kiri bawah kekanan atas. Berarti arah pergerakannya berlawanan dengan pergerakan kurva permintaan bentuk kurva penawaran menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan yaitu semakin tinggi harga semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan. Kurva permintaan menunjukkan perilaku dari agen yang selalu berusaha untuk memperoleh masalah yang maksimum. Semakin tinggi tingkat harga maka semakin tinggi jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah tingkat harga semakin rendah pula jumlah yang ditawarkan.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Sadono Sukirno, *Op cit*, h.87



## 6. Akad (Transaksi Jual Beli)

Akad dalam bahasa arab ‘al-aqad’ jamaknya al-‘uqud, berarti ikatan atau mengikat (*al-rabth*). Menurut terminologi hukum islam, akad adalah pertalian antara penyerahan (*ijab*) dan penerimaan (*qabul*) yang dibenarkan oleh syari’ah, yang menimbulkan akibat hukum terhadap objeknya. Menurut Abdul Razak Al-Sanhuri dalam *Nadhariyatul ‘aqdi*, akad adalah kesepakatan dua belah pihak atau lebih yang menimbulkan kewajiban hukum yaitu konsekuensi hak dan kewajiban, yang mengikat pihak-pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dalam kesepakatan tersebut.<sup>72</sup>

### a. Jenis akad atau transaksi

Akad dari segi ada atau tidaknya kompensasi, fiqh mu’amalat membagi lagi akad menjadi dua bagian, yaitu:

#### 1) Akad Tabarru’

Akad Tabarru’ adalah perjanjian yang merupakan transaksi yang tidak ditujukan untuk memperoleh harta. Tujuan dari akad ini adalah tolong menolong dalam rangka berbuat kebaikan, seperti meminjamkan uang, meminjamkan jasa, atau memberikan sesuatu (wakaf atau hibah).

#### 2) Akad Tijarah

---

<sup>72</sup> Sri Nurhayati Wasilah, *Akutansi Syari’ah di Indonesia, Edisi Ke-3* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h.56

Akad tijarah yaitu merupakan akad yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan. Akad ini biasa terjadi pada transaksi jual beli atau pada transaksi bagi hasil, karena keduanya sama-sama ditujukan untuk memperoleh keuntungan.

b. Rukun dan Syarat Akad Jual Beli

Jual beli selain dasar hukum yang memperbolehkannya ada pula rukun dan syarat jual beli agar dapat terlaksana dengan sempurna . Adapun rukun dan syarat jual beli yang harus dipenuhi yaitu:

1) Pelaku

Pelaku berarti para pihak yang melakukan akad (penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan, karyawan dan majikan, dan lain sebagainya). Penjual adalah orang yang menawarkan atau menjual barang yang ia miliki, sedangkan pembeli adalah seseorang yang menginginkan barang yang dimiliki orang lain yang diperjualbelikan. Untuk pihak yang melakukan akad harus memenuhi syarat, yaitu orang yang merdeka, mukallaf, dan orang yang sehat akalnya.

2) Objek Akad

Objek akad berarti sebuah konsekuensi yang harus ada dengan dilakukannya suatu transaksi tertentu. Objek jual beli adalah barang dagangannya, syarat dari objek yaitu: suci, ada manfaat,

jangan ditaklilkan, tidak dibatasi waktunya, keadaan barang yang diperjualbelikan dapat diserahkan, barang adalah milik penjual. Sedangkan objek mudharabah dan musyarakah adalah modal dan kerja.

### 3) Ijab dan Qabul

Ijab qabul merupakan kesepakatan dari para pelaku dan menunjukkan mereka saling ridha. Tidak sah suatu transaksi apabila salah satu pihak ada yang terpaksa melakukannya, dan oleh karenanya akad dapat menjadi batal.

#### c. Transaksi yang dilarang

Sebagaimana telah dikatakan bahwa hukum asal dari mu'amalah adalah semuanya diperbolehkan sebelum ada dalil yang melarangnya.

Beberapa hal yang termasuk transaksi yang dilarang, yaitu:

- (a) Riba
- (b) Penipuan
- (c) Perjudian
- (d) Gharar
- (e) Monopoli <sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Sri Nurhayati Wasilah, *Ibid*,h.59

## B. Penetapan Harga

### 1. Penetapan Harga dalam Konsep Umum

#### a. Pengertian Penetapan Harga dalam Konsep Umum

Pemerintah dapat turut mengendalikan harga dengan menetapkan kebijaksanaan harga, *ceiling price* ataupun *floor price*. *Ceiling price* artinya menetapkan harga tertinggi dan para pedagang tidak boleh menjual lebih tinggi dari harga patokan tersebut. Ini tujuannya untuk melindungi rakyat, misalnya penetapan harga gula pasir, beras, tepung terigu dan barang kebutuhan rakyat lainnya. *Floor price* yaitu penetapan harga terendah yang dibolehkan oleh pemerintah, tidak boleh menjual lebih rendah dari itu., tujuannya untuk melindungi kaum produsen, umumnya para petani yang menjual hasil pertaniannya pada musim panen, cenderung harga menurun terus. Penurunan harga terus menerus ini harus dicegah dengan turut sertanya pemerintah memainkan peranan melalui kebijaksanaan harga.

- 1) Pemerintah sebagai pengatur dan pemaksa akan mengatur perusahaan mentataai dan menjaga lingkungan dari bahaya populasi, pelestarian alam, dengan manajemen terpuji dalam berbagai bidang seperti kualitas produksi, kebersihan lingkungan, kesejahteraan karyawan, mutu layanan terhadap masyarakat dan sebagainya dengan memberikan berbagai sertifikat kelayakan.

- 2) Pemerintah sebagai konsumen. Pemerintah memiliki anggaran belanja yang terbesar di negara kita, dengan anggaran belanja tersebut, sebagian digunakan untuk membeli barang dan jasa. Para produsen memanfaatkan dana besar yang ada pada pemerintah agar mereka dapat ditunjuk sebagai leveransir atau penjual buat pemerintah. Pemerintah membeli segala macam barang, seperti bahan bangunan, kayu, besi, semen, pakaian, mobil, alat-alat tulis kantor, sampai perlengkapan teknologi canggih.
- 3) Pemerintah sebagai saingan. Pemerintah menguasai usaha bisnis tertentu, terutama yang menyangkut hajat hidup banyak orang. Akan tetapi, para pengusaha swasta juga diberi kesempatan bergerak di bidang tersebut. Pemerintah menguasai perusahaan air minum, listrik, telekomunikasi, pun, perbankan, kereta api, gedung-gedung dan sebagainya.
- 4) Pemerintah sebagai pemberi subsidi. Subsidi diberikan oleh pemerintah agar kegiatan perekonomian berjalan semestinya. Misalnya, subsidi terhadap kaum petani dengan cara membeli gabah lebih mahal dari harga sebenarnya atau memberi subsidi terhadap pupuk yang dibeli oleh petani. Jika harga pupuk tidak disubsidi oleh pemerintah harga pupuk tidak akan dijangkau oleh petani. Subsidi

juga diberikan pada bensin yang dibeli oleh konsumen dan para pengusaha untuk menjalankan perusahaannya.<sup>74</sup>

Dalam penetapan harga penjual memutuskan produk yang paling tepat. Menetapkan harga akan mudah bila dikerjakan secara sistematis, penerimaan total penjualan hanya tergantung pada dua komponen, yaitu volume penjualan dan harga.<sup>75</sup> Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangan dalam penetapan harga, yaitu memilih strategi penetapan harga. Strategi penetapan harga yang mencerminkan pertimbangan tambahan yaitu :

a) *Penetration pricing*

Sebuah perusahaan menggunakan strategi *penetration pricing* menetapkan harga sebuah produk barang atau jasa kurang dari harga nominalnya, harga pasar jangka panjang dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan oleh pasar yang lebih cepat atau untuk meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada. Strategi ini kadang-kadang dapat menakutkan para pesaing baru untuk memasuki sebuah celah pasar jika mereka salah memandang bahwa *penetration pricing* sebagai sebuah harga jangka panjang. Secara nyata, perusahaan yang menggunakan strategi ini mengorbankan sejumlah *profit margin* untuk menjangkau *penetration* pasar.

<sup>74</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 57.

<sup>75</sup> Justin G. Longenecker, *Kewirausahaan* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001), Cet 2, h. 376.



*b. Skimming pricing*

Strategi *skimming pricing* menetapkan harga barang atau jasa pada tingkat yang tinggi dalam waktu yang terbatas sebelum menurunkan harga tersebut, pada tingkat yang lebih kompetitif. Strategi ini mengasumsikan bahwa para konsumen tertentu akan membayar pada harga yang lebih tinggi karena mereka memandang sebuah barang atau jasa tersebut sebuah barang prestisius. Penggunaan *skimming prince* paling praktis ketika terdapat sedikit ancaman dalam persaingan jangka pendek ketika biaya awal harus ditutup secepatnya.

*c. Penetapan harga menurut pemimpin pasar*

Penetapan harga menurut pemimpin pasar menggunakan pesaing tertentu sebagai model dalam menetapkan harga barang atau jasa. Reaksi yang mungkin muncul dari para pesaing adalah faktor kritis dalam menentukan kapan memotong harga di bawah harga yang berlaku saat ini. Bisnis berskala kecil dalam persaingannya dengan perusahaan yang lebih besar jarang berada dalam posisi untuk memikirkan dirinya sebagai pemimpin harga, jika para pesaing memandang penetapan harga yang perusahaan kecil relatif tidak penting mereka mungkin memperbolehkan harga yang berbeda untuk muncul. Di pihak lain, beberapa pesaing mungkin memandang

pemotongan harga yang sedikit sebagai ancaman langsung menghadapinya dengan mengurangi harga produk mereka.<sup>76</sup>

#### **b. Tahap- tahap Penetapan Harga**

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan.<sup>77</sup>

Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung :

- 1) Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya.
- 2) Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para

---

<sup>76</sup> *Ibid*, h. 382-383.

<sup>77</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h. 223.

pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.<sup>78</sup> Yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam menentukan atau menetapkan harga dimana menurut Wiliam J. Stanton bahwa penetapan harga memiliki lima tahap yaitu :<sup>79</sup>

a) Mengestimasi untuk permintaan barang

Pada tahap ini seharusnya perusahaan dapat mengestimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total yang akan memudahkan perusahaan dalam melakukan penentuan harga terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru.

b) Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan

Kebijaksanaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam penentuan harga harus mempertimbangkan kondisi persaingan barang yang terdapat di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Seperti barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain barang pengganti atau substitusi.

---

<sup>78</sup> *Ibid.*, h. 224.

<sup>79</sup> Marius Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran* (Raja Grafindo, Jakarta, 2002), h. 274.

c) Barang lain yang dihasilkan oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen. Dalam menentukan sebuah pangsa pasar yang dapat diharapkan oleh kalangan perusahaan yang ingin bergerak maju lebih cepat dan tentu selalu mengharapkan *market share* yang lebih besar. Memang harus disadari bahwa untuk mendapatkan *market share* yang lebih besar ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu.

d) Strategi harga

Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar terdapat beberapa strategi harga yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai.

**c. Tujuan Penetapan Harga**

Tujuan dalam penetapan harga pada dasarnya berawal dari tujuan perusahaan. Secara mendasar tujuan utama dari penetapan harga yang ingin di capai oleh setiap perusahaan antara lain:

1) Mendapatkan laba maksimum

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era

persaingan global yang sangat kompleks, maksimalisasi laba sangat sulit dicapai, karena sulit sekali untuk memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.

2) Tujuan berorientasi pada volume

Perusahaan yang menetapkan harga-harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan.

3) Tujuan berorientasi pada citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harga merupakan harga terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4) Tujuan stabilisasi harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaing juga harus menurunkan harga mereka. Kondisi seperti ini yang

mendasari terbentuknya stabilisasi harga dalam industri- industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri ( *industry leader*).<sup>80</sup>

- 5) Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih. Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka perusahaan mengharapkan sedapat mungkin melalui penetapan harga dari setiap barang atau jasa yang dihasilkan mampu mendapatkan pengembalian atas seluruh nilai investasi yang dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilakukan.<sup>81</sup>

- 6) Mencegah atau mengurangi persaingan perusahaan dengan tingkat harga yang ditetapkan pada setiap produk yang dihasilkan akan mencegah atau mengurangi tingkat persaingan dari industri yang dimasuki. Untuk mencapai tujuan dimaksud, maka perusahaan harus menetapkan harga yang rendah untuk setiap produk yang dihasilkan agar tidak memiliki daya tarik dari pada pesaing untuk memasuki industri yang sama.

Para pesaing tentu akan berpikir dua kali sebelum memutuskan akan memasuki atau tidak pada industri yang baru kalau tidak

---

<sup>80</sup> H. Muhammad Birusman Nuryadin, “ Harga Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Mazahib*, Vol 4 No 1 (2017)

<sup>81</sup> *Ibid*, h. 272.



memberikan keuntungan bagi perusahaan, setelah meneliti tingkat harga dari produk yang dihasilkan pada tingkat harga pasar yang berlaku saat ini. Memang untuk mencapai tujuan ini perusahaan harus menetapkan berbagai kebijakan efisiensi diseluruh bidang agar tingkat harga yang ditetapkan tidak merugikan perusahaan baik saat ini maupun mendatang.

Tujuan penetapan harga ini diharapkan setidaknya-tidaknya untuk mempertahankan atau memperbaiki market share yang dimiliki perusahaan dalam jajaran pesaingan industri saat ini. Pemilihan dan penetapan tujuan harga ini dengan harapan bahwa tingkat penjualan atas produk-produk yang dihasilkan akan meningkat bila dibandingkan dengan perusahaan lain atas industri yang sama, dan secara tidak langsung dapat memperbaiki market share yang dimiliki perusahaan dalam jajaran industri yang sama.<sup>82</sup>

## **2. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam**

### **a. Pengertian Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam**

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan

---

<sup>82</sup> *Ibid*, h. 273.

penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti:

- 1) Penetapan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan.
- 2) Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
- 3) Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual oleh perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.<sup>83</sup>

Penetapan harga menurut para pemikir Islam, diantaranya:

---

<sup>83</sup> Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual* (Jakarta: Rieneka Cipta, 1990),h.17

a) Penetapan Harga Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis, yaitu barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak (kota besar), maka pengadaan barang-barang kebutuhan pokok akan mendapat prioritas pengadaan. Akibatnya, penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga. Ibnu Khaldun juga menjelaskan tentang mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Secara lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan.<sup>84</sup>

Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Ed. 1, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014), 223.

<sup>85</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 361.

### b) Penetapan Harga Ibnu Taimiyah

Kompensasi yang setara akan diukur Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga.

Ketentuan harga dalam negara Islam di antaranya:

### c) Kenaikan Harga Sebenarnya

Kenaikan harga yang sebenarnya ini bisa terjadinya karena bertambahnya persediaan uang, berkurangnya produktivitas, bertambahnya kemajuan aktivitas, dan berbagai pertimbangan kebijakan fiskal dan moneter.

### 3) Kenaikan Harga Buatan

Kenaikan harga buatan ini bisa terjadi karena para pengusaha serakah, ada para pengusaha atau pedagang yang sengaja menimbun.<sup>86</sup> Rosulullah melarang menimbun barang, Sa'id Ibnul Musayyib telah menceritakan, sesungguhnya

---

<sup>86</sup> M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997),h. 156.

ma'mar berkata, Rosulullah bersabda: „Barang siapa yang menimbun maka dia telah berbuat dosa“. (HR. Muslim, no. 1605)<sup>87</sup>

#### 4) Kenaikan Harga Kebutuhan Pokok

Suatu agama yang mengatur dan mengawasi makanan kita dengan maksud menjadikan manusia murni, tidak akan mengabaikan kenaikan harga bahan pangan, karena ini merupakan kebutuhan pokok orang bisa, sebab itu hasil dari bumi harus dijual di pasar sedemikian rupa, sehingga ia dapat dibeli dengan harga murah.

#### 5) Harga monopoli

Monopolisasi adalah upaya perusahaan atau kelompok perusahaan yang relative besar dan memiliki posisi dominan untuk mengatur atau meningkatkan kontrol terhadap pasar dengan cara berbagai praktek anti kompetitif seperti penetapan harga yang mematikan dan persaingan yang tertutup. Dengan demikian, jenis pasar yang bersifat monopoli ini hanya terdapat satu penjual. Sehingga harga pada pasar monopoli ini lebih tinggi. Sementara itu praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang

---

<sup>87</sup> Syaikh Muhammad Nashiruddin, *Shahih At-Taghrif Wa At-Tarhib (Hadits-Hadits Shahih Tentang Anjuran dan Janji Pahala, Ancaman dan Dosa)*, Cet.Ke-2, (Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008), h. 63.

mengakibatkan dikuasainya produksi dan pemasaran atas barang dan jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.<sup>88</sup>

**b. Tujuan penetapan harga:**

1) Tujuan berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan. Maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

2) Tujuan berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harga-harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing

---

<sup>88</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Ed.1, Cet.ke-2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.149.

objectif. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m<sup>3</sup>, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan tour and travel, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis pertunjukan lainnya, serta penyelenggaraan seminar-seminar.

### 3) Tujuan berorientasi pada Citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

### 4) Tujuan Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri



tertentu yang produknya sangat terstandarisasi (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industry (*industry leader*).

Metode Penetapan Harga

### 3. Batas Atas dan Batas Bawah

#### a. Pengertian Tarif Batas Atas Dan Batas Bawah

Menurut kamus besar bahasa Indonesia tarif adalah daftar harga (sewa, ongkos, dan sebagainya); pembebanan untuk barang yang menyeberang (termasuk barang-barang bebas biaya tanpa dikenakan cukai/ bea pabean); beberapa kendala yang berhubungan dengan perdagangan internasional.<sup>89</sup>

Tarif batas atas adalah tarif dasar maksimum yang digunakan sebagai dasar untuk menetapkan jarak maksimum.<sup>90</sup> Tarif batas bawah adalah tarif dasar minimum yang digunakan sebagai dasar untuk menetapkan tarif jarak minimum yang ditempuh.<sup>91</sup>

Menurut Budi Karya Sumardi tarif batas adalah tarif dasar yang ditetapkan oleh Pemerintah digunakan sebagai dasar untuk

<sup>89</sup>Dessy Anwar, *Op. Cit.* h. 350.

<sup>90</sup>Pengertian Umum Tarif Dasar Batas atas “(online)”. Tersedia di: <https://www.kamusbesar.com> (13 Mei 2018).

<sup>91</sup>Budi Karya Sumardi, “Revisi Peraturan Menteri” (On-line), tersedia di : [www.detikfinance](http://www.detikfinance) (9 Oktober 2017), dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

menetapkan jarak maksimum dan minimum yang ditempuh. Penetapan tarif taksi online dihitung dari pengeluaran belanja modal (*capital expenditure/capex*) dan biaya operasional (*operasional Expenditure/opek*).<sup>92</sup>

Pada hakikatnya tarif batas adalah suatu bentuk upaya pemerintah untuk menekan dan mengendalikan pertumbuhan tarif yang tidak wajar antara taksi konvensional dan taksi online, guna persaingan yang sehat antara keduanya tanpa saling merugikan.<sup>93</sup>

#### **b. Tujuan Penetapan Tarif**

Penetapan tarif batas atas dan batas bawah pada taksi online dibagi berdasarkan dua wilayah, yakni wilayah I ( Sumatera, Jawa dan Bali) dan wilayah II (Kalimantan, Nusa Tenggara, Sulawesi, Maluku dan Papua). Tarif batas bawah untuk wilayah I sebesar 3.500 per km dan batas atasnya sebesar 6.000 per km sedangkan untuk wilayah II tarif batas bawahnya sebesar 3.700 per km dan batas atasnya sebesar 6.500 per km.<sup>94</sup>

Tujuan penetapan tarif batas atas dan bawah dapat berupa :

---

<sup>92</sup> *Ibid.*

<sup>93</sup> Permenhub 26, *Op. Cit.* h. 291.

<sup>94</sup> Arfian Setantoto, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Harga dalam Pembayaran Harga Argometer di Taksir". *Jurnal Hukum*, Vol. 7 No. 2 (Desember 2017), h. 3.

- 1) Menciptakan iklim persaingan yang sehat antara taksi online dan taksi konvensional. Perhitungan tarif tersebut untuk membuat industri taksi sehat dan memikirkan jangka panjang dari usaha industri taksi.<sup>95</sup>
- 2) Jaminan Asuransi, yaitu tarif yang ditetapkan telah termasuk biaya asuransi baik untuk penumpang, sopir dan kendaraan.<sup>96</sup>
- 3) Pengawasan harga, yakni menjamin tidak adanya monopoli oleh perusahaan taksi tertentu dan juga mengatur keberlanjutan pemilik taksi untuk perawatan kendaraannya.<sup>97</sup>

### C. Transportasi Berbasis Aplikasi Online

Jasa transportasi berbasis *online* adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan Angkutan Jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi atau langsung terhubung secara langsung melalui media (telpon) baik untuk pemesanan ataupun pembayarannya.<sup>98</sup>

Teknologi aplikasi merupakan hasil kreativitas para pelaku usaha yang melihat adanya peluang bisnis dalam wilayah di antara pembeli dan penjual jasa. Wilayah itulah yang dikembangkan para pelaku usaha untuk berbisnis dengan menciptakan teknologi aplikasi yang digunakan untuk menghubungkan antara masyarakat

---

<sup>95</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.199.

<sup>96</sup> Christine Kansil, *Kitab Undang-Undang Hukum Perusahaan*, Jilid ke 1 (Jakarta: Pustaka Sains dan Teknologi, 1999), h. 311.

<sup>97</sup> Budi Karya Sumardi, *Loc. Cit.*

<sup>98</sup> Mode Transportasi atas sejarah transportasi di Dunia Dan Indonesia [https://id.wikibooks.org/wiki/Moda Transportasi/Sejarah transportasi](https://id.wikibooks.org/wiki/Moda_Transportasi/Sejarah_transportasi) (25 Juli 2018)

pengguna dan pelaku usaha. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi berbasis aplikasi online sebelumnya diatur dalam Surat Pemberitahuan Nomor: UM.3012/1/21/Phb/2015 tanggal 9 November 2015 yang dikeluarkan oleh Menteri Perhubungan Republik Indonesia Bapak Ignasius Jonan.<sup>99</sup>

Namun Surat Pemberitahuan tersebut menuai pro maupun pro kontra yang mengakibatkan terjadinya perdebatan keras maupun bentrokan antar kepentingan transportasi *online* dan transportasi konvensional. Maka dari itu untuk menengahi konflik di kalangan masyarakat terkait kehadiran taksi online, pemerintah melalui Menteri Perhubungan dan Komisi V DPR RI akhirnya resmi menerbitkan aturan regulasi terbaru mengenai transportasi umum, yakni melalui Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No. 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek seperti taksi, angkutan sewa, carter, pariwisata, dan termasuk didalamnya layanan taksi online.<sup>100</sup> Dalam permenhub tersebut juga mengatur perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* wajib memiliki ijin yang dikenakan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) dan perusahaan jasa tersebut harus berbadan hukum Indonesia.

Berkaitan dengan izin, perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* tidak memiliki izin usaha dibidang transportasi, melainkan mengantongi surat izin

---

<sup>99</sup> Andika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online* (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 4.

<sup>100</sup> Permenhub No. 32 Tahun 2016 mulai berlaku pada tanggal 1 oktober 2016 berikut 4 poin pentingnya <https://www.kaskus.co.id/thread/57eb8a8a582b2e82048b4567/permenhub-no-32-tahun-2016-resmi-berlaku-oktober-2016-berikut-4-poin-pentingnya/> diakses pada tanggal 11 Maret 2018.

usaha perdagangan. Hal ini disebabkan, karena dalam praktiknya, skema jual beli yang terjadi melalui teknologi aplikasi terbagi menjadi dua jalur, yakni:<sup>101</sup>

1. Transaksi langsung, yakni konsumen langsung memesan barang dan jasa kepada pelaku usaha penyedia melalui teknologi aplikasi, lalu barang dan jasa disediakan langsung dari penyedia.
2. Transaksi melalui penghubung, yakni konsumen memesan barang dan jasa kepada pelaku usaha yang menyediakan jasa penghubung, kemudian pelaku usaha tersebut melakukan pemesanan kepada pelaku usaha penyedia yang cocok dengan pesanan konsumen. Selanjutnya, penyedia barang dan jasa yang akan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen yang melakukan pemesanan di awal.

Dari kedua jalur tersebut, jasa transportasi berbasis aplikasi *online* termasuk ke dalam jalur transaksi melalui penghubung. Hampir semua badan usaha yang menyediakan jasa penghubung antara konsumen dan pelaku usaha penyedia barang dan jasa melalui teknologi aplikasi memiliki status sebagai badan hukum perseroan terbatas. Izin dan persyaratan yang dimilikinya adalah surat izin usaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan.<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> Andika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online* (Jakarta: Sinar Grafika), 2016, h. 60.

<sup>102</sup> *Ibid.*

## 1. Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-undang nomor 5 tahun 1999, dapat diketahui bahwa dasar aturan transportasi online adalah peraturan Menteri Perhubungan Nomor 36 tahun 2016, yaitu tentang peyelenggaraan angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek.<sup>103</sup> Maksud dari adanya undang-undang ini adalah sebagai aturan dan persyaratan dalam pendaftaran transportasi yang tidak dalam jalur yang ditentukan. Selain itu peraturan ini juga berisi tentang tata laksana perusahaan transportasi online.

Peraturan Menteri Perhubungan menyebutkan pada pasal 41 bahwa perusahaan penyedia aplikasi berbasis teknologi informasi wajib bekerjasama dengan perusahaan angkutan umum yang sudah memiliki izin menyelenggarakan jasa angkutan, sehingga penyedia transportasi tidak diperbolehkan bertindak sebagai penyelenggara angkutan umum. Tindakan dalam penyelenggara angkutan umum yang dimaksud adalah<sup>104</sup>:

- a. Menetapkan tarif dan memungut bayaran
- b. Merekrut pengemudi
- c. Menentukan besaran penghasilan pengemudi

---

<sup>103</sup> C.S.T Kansil, *Kitab Undang-Undang Hukum Perusahaan*, Jilid ke- 1, ( Jakarta: Pradnya Paramita, 1999), h. 279.

<sup>104</sup> Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia tentang peyelenggaraan angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek (On-line), tersedia di: [www.jdih.go.id](http://www.jdih.go.id) (13 Mei 2018), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Penyedia jasa transportasi online wajib melakukan pelaporan kepada direktur jenderal agar menjadi perusahaan yang legal. Persyaratan yang harus dilaporkan adalah<sup>105</sup>:

- a. Profil perusahaan penyedia layanan.
- b. Memberikan akses monitoring operasional pelayanan.
- c. Data seluruh perusahaan angkutan umum yang bekerjasama.
- d. Data seluruh kendaraan dan pengemudi.
- e. Layanan pelanggan berupa telepon, *email*, dan alamat kantor.

Perusahaan penyedia aplikasi boleh melakukan usaha di bidang transportasi dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek, namun wajib mengikuti ketentuan yang ada dalam Peraturan Menteri Perhubungan pasal 21, 22, 23. Ketentuan pendaftaran sebagai penyelenggara transportasi online adalah dengan melakukan izin penyelenggaraan. Pemberian izin oleh dinas perhubungan akan dikenakan biaya. Penyelenggara transportasi harus berbadan hukum Indonesia, yaitu berbentuk Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, Perseroan Terbatas atau Koperasi. Selain penyelenggara adalah berbadan hukum Indonesia, perusahaan penyelenggara harus memenuhi persyaratan sebagaimana berikut<sup>106</sup>:

- a. Memiliki minimal 5 kendaraan dengan dibuktikan STNK atas nama perusahaan dan surat tanda bukti lulus uji berkala kendaraan bermotor.

---

<sup>105</sup>*Ibid*

<sup>106</sup>*Ibid*



- b. Memiliki tempat penyimpanan kendaraan
- c. Menyediakan fasilitas pemeliharaan kendaraan yang dibuktikan dengan dokumen kepemilikan atau kerjasama dengan pihak lain
- d. Pengemudi harus memiliki SIM sesuai dengan golongan kendaraan.

Peraturan tersebut harus dipenuhi sebelum menjalankan perusahaan jasa transportasi. Sehingga ketertiban dalam pelaksanaan jasa transportasi bisa berjalan dengan baik, selain itu dalam setiap pergerakan bisnis jasa transportasi memiliki pedoman dan tidak menjadikan permasalahan antar pemilik jasa transportasi lainnya. Setelah peraturan ini dipenuhi, dalam pelaksanaan persaingan jasa transportasi online harus memperhatikan peraturan undang-undang nomor 5 tahun 1999 yang berisi tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.<sup>107</sup>

Undang-undang nomor 5 tahun 1999 adalah upaya dalam mengatur masalah persaingan antar pelaku usaha dan larangan melakukan praktik monopoli. Undang-undang ini disebut sebagai undang-undang antimonopoli dan anti persaingan usaha curang. Adanya undang-undang antimonopoli ini untuk mengontrol tindakan para pelaku usaha dari perbuatan melakukan praktik monopoli.<sup>108</sup>

---

<sup>107</sup> Dijan Widijowati, *Hukum Dagang* (Jakarta: Penerbit Andi), h.161.

<sup>108</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013),

## 2. Pengawasan Terhadap Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengawasan adalah kesadaran yang tertuju pada peristiwa atau fakta tertentu sebagai metode dalam penelitian.<sup>109</sup>

Sujamto berpendapat bahwa pengawasan adalah segala usaha atau kegiatan untuk mengetahui dan menilai kenyataan yang sebenarnya mengenai pelaksanaan tugas dan kegiatan, apakah sesuai dengan yang semestinya atau tidak. Inti tentang pengawasan yaitu bahwa:<sup>110</sup>

- a. Pengawasan merupakan proses kegiatan pengamatan terhadap seluruh kegiatan organisasi;
- b. Melalui pengawasan, kegiatan-kegiatan di dalam organisasi akan dinilai apakah berjalan sesuai dengan rencana atau tidak;
- c. Pengawasan adalah salah satu fungsi dan wewenang pimpinan pada berbagai tingkatan manajemen di dalam suatu organisasi;
- d. Pengawasan harus dilakukan secara konsisten dan berlanjut sehingga gerak organisasi dapat diarahkan kepada pencapaian tujuan secara efektif dan efisien;
- e. Melakukan pengawasan diperlukan standar penilaian sebagai alat evaluatif terhadap kegiatan-kegiatan yang diawasi.

---

<sup>109</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* .Jakarta, 2008, h.47.

<sup>110</sup> Sujamto, *Aspek-aspek Pengawasan di Indonesia*, (Jakarta : Sinar Grafika, 1996), h. 37.

Adapun badan-badan atau instansi terkait yang mengawasi jasa transportasi berbasis aplikasi *online* sebagai berikut:

1) Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Undang-undang Nomor. 5 Tahun 1999 mengenai Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha (UU Antimonopoli) merupakan salah satu produk undang-undang yang dilahirkan atas desakan dari *International Monetary Fund* (IMF) sebagai salah satu syarat agar pemerintah Indonesia dapat memperoleh bantuan dari IMF guna mengatasi krisis ekonomi yang melanda Indonesia. Tujuan adanya undang-undang ini adalah untuk memangkas praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

2) Kementerian Perhubungan dan Direktorat Perhubungan

Pemerintah melalui Kementrian Perhubungan (Kemenhub) secara resmi mengeluarkan aturan untuk layanan transportasi berbasis aplikasi *online* dalam Peraturan Menteri (Permen) Perhubungan No 32 tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek seperti taksi, angkutan sewa, carter, pariwisata dan lainnya.<sup>111</sup>

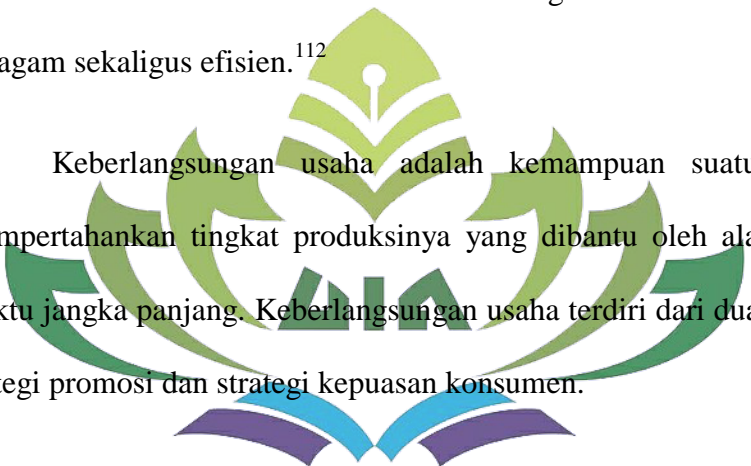
---

<sup>111</sup>Sosialisai Pengaturan Angkutan Umum Berbasis Aplikasi Online, <http://nasionalKompas.com/read/2016/0421/11050331/Permendhub.Solal.Pengaturum.Berbasis.Aplikasi.Perlu.Disosialisasikan> diakses pada tanggal 3 Juni 2018.

## D. Keberlangsungan Usaha

### 1. Pengertian Keberlangsungan Usaha

Perkembangan usaha berdampak pada tumbuhnya pengusaha-pengusaha baru. Semakin banyak pemilik usaha maka persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Persaingan usaha yang terjadi bukan hanya persaingan antar pasar di dalam negeri, namun juga pasar global, menuntut pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang beragam sekaligus efisien.<sup>112</sup>



Keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu sistem untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibantu oleh alam dalam kurun waktu jangka panjang. Keberlangsungan usaha terdiri dari dua indikator yaitu, strategi promosi dan strategi kepuasan konsumen.

#### a. Strategi Promosi

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

---

<sup>112</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 1-2.

## b. Strategi Kepuasan Konsumen

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu perusahaan. Yang diperhatikan adalah bahwa strategi kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.<sup>113</sup> Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen:

1. Strategi *Superior Customer Service*, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing (bentuk-bentuk layanan pelanggan yang meliputi garansi, jaminan, layanan pengembalian barang tertinggal, layanan On Line dan control GPS Tracker 24 jam, serta perawatan dari setiap armada taksi.<sup>114</sup>
2. Strategi *Unconditional guarantess* atau *extraordinary guarantess*. Untuk memberikan kepuasan pada konsumen yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Fungsi utama garansi adalah untuk mengurangi resiko konsumen sebelum dan sesudah pembelian barang atau jasa, sekaligus memaksa perusahaan yang

<sup>113</sup> Barry Render, *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management* (Jakarta: Global Edition, 2017), h. 233.

<sup>114</sup>“Fasilitas Layanan Puspa Jaya Taxi” (On-line), tersedia di: <http://www.puspajayatransport.com> (16 Mei 2018).

bersangkutan untuk memberikan yang terbaik dan meraih loyalitas konsumen.

## **2. Tahap-tahap Pelaksanaan Penanganan Keluhan Dalam Keberlangsungan Usaha**

Ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu<sup>115</sup>:

### **a. Empati terhadap konsumen yang marah.**

Perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah buruk. Cara dengan meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut adalah cara yang terbaik. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang diharapkan dapat diupayakan bersama.

### **b. Kecepatan dalam menangani keluhan.**

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Jika keluhan konsumen tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi, sedangkan bila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan konsumen tersebut menjadi puas. Apabila konsumen puas maka besar kemungkinannya ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali.

---

<sup>115</sup> “Puspa Jaya Taksi dan Rent Car” (On-line), tersedia di : <http://www.puspa-rentcar.com> (16 Mei 2018).

- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan. Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang dengan hasil yang diharapkan.
- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhan dan sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relative tidak mahal, dimana konsumen dapat menyampaikan keluhan kesahnya jika perlu dan kemungkinan perusahaan dapat menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hotline service*) untuk menampung keluhan konsumen atau memanfaatkan e-mail jaringan internet.

Parasuratman mendeskripsikan lima dimensi kualitas layanan sebagai syarat keberlangsungan usaha yaitu, keandalan, berwujud, daya tanggap, jaminan dan empati. Akan tetapi aspek inti (aspek hasil dari layanan) dan aspek hubungan (aspek proses dari layanan telah dikenali sebagai dua dimensi yang melewati pada kualitas layanan. Keandalan pada dasarnya dihubungkan dengan hasil dari layanan, sedang berwujud, daya tanggap, jaminan, dan empati dihubungkan dengan proses penyampaian layanan. Pelanggan tidak hanya menilai satu dimensi dari layanan yang sedang diberikan.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Parasuratman, "Conceptual Model Of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal Marketing*, Vol. 49, Autumm, h. 41-50



## BAB III

### PENYAJIAN DATA

#### A. Profil PT. Puspa Jaya Transport

##### 1. Sejarah Berdirinya Puspa Jaya Transport

Puspa Jaya Taksi mulai beroperasi di pertengahan tahun 2002 dengan nama awal “CV. Jaya Taksi” dengan 5 unit armada hyunday excel 1, pada tahun 2004 CV. Jaya Taksi mendapatkan ijin untuk beroperasi di wilayah Bandara Radin Intan II Provinsi Lampung dengan ijin 5 armada. Seiring berjalannya waktu CV, Jaya Taksi berkembang dan terus meningkatkan jumlah armada untuk peningkatan pelayanan kebutuhan armada.

Pada tahun 2002, CV. Jaya Taksi telah berubah menjadi Puspa Jaya Taksi , yang merupakan anak perusahaan dari PT. Puspa Jaya Transport yang bergerak dibidang transportasi umum di Lampung dengan bisnis utama Bus Antar Lintas Sumatera-Jawa, Bus Antar Kota Dalam Provinsi Lampung dan Bus Pariwisata. Saat ini Puspa Jaya Taksi memiliki puluhan armada yang melayani antar jemput penumpang Dalam Kota Bandar Lampung dan Bandara Radin Intan II dengan sistem tarif menggunakan argometer.<sup>117</sup>

---

<sup>117</sup> “Profil Puspa Jaya” (On-line), tersedia di: <http://www.puspa-rentcar.com> (17 Mei 2018)

Armada Puspa Jaya Taksi didukung oleh armada-armada yang berkualitas dan terawat secara berkala demi memberikan kenyamanan dan keamanan bagi penumpang, yaitu antara lain Toyota Limo (sedan), Chevrolet Lova (sedan), dan Toyota Avanza (minibus). Saat ini, selain Taksi Argo, Puspa Jaya Transport juga menyediakan jasa layanan rental mobil untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti kontrak dinas, akomodasi proyek, acara keluarga, liburan dan lainsebagainya. Armada yang tersedia untuk rental mobil antara lain Toyota Avanza, Toyota Innova dan Toyota Hiace.<sup>118</sup>

## 2. Visi dan Misi

### Visi

Pengertian Visi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu pandangan atau wawasan yang dirancang oleh para pendiri perusahaan.<sup>119</sup>

Berikut merupakan visi dari Perusahaan Perorangan Puspa Jaya Bandar Lampung:

Menjadi sebuah perusahaan transportasi terbaik yang berorientasi kepada keselamatan dan kenyamanan.

### Misi:

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dikutip adalah tindakan untuk melakukan tugas dalam mewujudkan visi yang telah dibuat

<sup>118</sup> *Ibid.*

<sup>119</sup> Dessy Anwar, *Op.Cit.* h. 388.

oleh pendiri perusahaan.<sup>120</sup> Misi Perusahaan Perorangan Puspa Jaya Bandar Lampung dalam mewujudkan visinya, yaitu:

1. Membangun layanan transportasi yang mengikuti perkembangan zaman.
2. Memberikan jasa transportasi dengan kualitas terbaik.

Saat ini PT. Puspa Jaya Transport yang bergerak pada bidang transportasi taksi online dan rental mobil memiliki beberapa driver yang berdedikasi serta berpengalaman pada bidangnya. Berikut data driver PT. Puspa Jaya Transport Bandar Lampung.

Tabel 3.1 Daftar Nama Driver PT. Puspa Jaya Transport

No	Nama	Umur
1	Sriyono	61 tahun
2	Zainal	54 tahun
3	Netral Ali Husin	59 tahun
4	Bahirman MT	58 tahun
5	Masril	55 tahun
6	Fery Jhon	59 tahun
7	Durga	42 tahun
8	Agus Marimin	53 tahun
9	Intan Waluyo	48 tahun
10	Sumardi	64 tahun
11	Sasmanudin	47 tahun
12	Sarwanhadi	48 tahun
13	Supiyan	47 tahun

---

<sup>120</sup> *Ibid*, h. 217.

14	Rachmat Hidayat	50 tahun
15	M. Arief	45 tahun
16	Kartobi	34 tahun
17	Heru Hadrianto	38 tahun
18	Hamidi	56 tahun
19	Mohd. Madi	47 tahun
20	Rizal Effendy	49 tahun
21	Wiwit Satria	40 tahun

*Sumber: PT. Puspa Jaya Transport 2018*

Dari data tersebut, diketahui bahwa jumlah driver yang saat ini dimiliki oleh taksi online PT. Puspa Jaya Transport sebanyak 21 orang. Data yang dicantumkan adalah data valid yang didapatkan melalui berkas pembukuan identitas driver taksi online PT. Puspa Jaya Transport. Rata –rata driver PT. Puspa Jaya Transport berada diatas 30 tahun, dan berpengalaman dibidangnya dibuktikan dengan surat pengalamn yang dicantumkan saat melamar. Menurut Riko Setyawan pihak administrasi dan operasional, pihak perusahaan sengaja merekrut usia 30 tahun keatas karena lebih diakui berdasarkan pengalamn selama berada di lapangan.<sup>121</sup>

### 3. Tujuan dan Peran Serta Jasa Transportasi PT. Puspa Jaya

#### b. Tujuan Jasa Transportasi PT. Puspa Jaya

Suatu perusahaan yang berdiri pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai. Pada awalnya PT. Puspa Jaya didirikan mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan sarana transportasi, untuk menciptakan lapangan

---

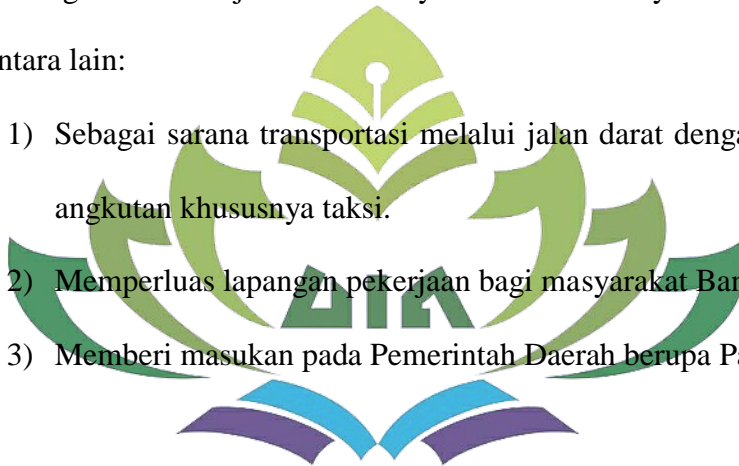
<sup>121</sup> Riko Setyawan, wawancara dengan penulis, Kantor Pool Puspa Jaya, Bandar Lampung, 25 Mei 2018.

pekerjaan bagi masyarakat. Sedangkan tujuan utama dari PT. Puspa Jaya adalah untuk mencari laba atau keuntungan.

c. Peran serta jasa Transprotasi PT. Puspa Jaya

Suatu perusahaan yang didirikan diharapkan dapat berperan serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat sekitarnya. PT. Puspa Jaya mempunyai peran serta dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitarnya. Peran serta tersebut antara lain:

- 1) Sebagai sarana transportasi melalui jalan darat dengan pelayanan jasa angkutan khususnya taksi.
- 2) Memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat Bandar Lampung.
- 3) Memberi masukan pada Pemerintah Daerah berupa Pajak dan retribusi



## B. Daftar Tarif Taksi Online Puspa Jaya

Tabel 3.2 Daftar Tarif Taksi Online Puspa Jaya:

No	Trayek		Jarak	Tarif
	Dari	Tujuan		
1	Jl Raden Intan dan Jl Kartini	Seputaran Jl Raden Intan dan Kartini, Enggal, Gotong Royong, Durian Payung, Kaliawi, Pasir Gintung, Palapa, Gedung Air	Jarak sangat dekat	50.000
2	Terminal Rajabasa	Unila, Gedung Meneng, Pool puspa Jaya, Rajabasa, Btaranila		
3	R.S Imanuel	Way Halim Permai, KORPRI		
4	Jl Raden Intan dan Jl Kartini	Teluk Betung, Rawa Laut, Pahoman, Bumi Waras, Kantor Gubernur, Garuntang, GunungTerang, Kedaton, Way Halim, Jagabaya, Antasari, Gedung Meneng, Langkapura	Jarak Dekat	60.000
5	Terminal Rajabasa	Pramuka, Gunung Terang, Langkapura, Labuhan Dalam, Labuhan Ratu, Way Halim Permai, Way Kandis, Kedaton		

6	R.S Imanuel	Permata Biru, Sukabumi, Way Lunik, Jagabaya, Tanjung Senang, Labuhan Dalam, Gedung Meneng, Kedaton, Tanjung Karang Pusat		
7	Jl Raden Intan dan Jl Kartini	Negeri Olok Gading, Kemiling, Rajabasa, Labuhan Dalam, Bataranila, Way Kandis, KORPRI	Jarak sedang	70.000 s/d 80.000
8	Terminal Rajabasa	KORPRI, Sukadanaham, Enggal, Rawa Laut, Kedamaian, Gotong Royong, Gedung Air, Palapa, Terminal Kemiling, Teluk Betung.		
9	RS. Imanuel	Gotong Royong, Gedung Air, Palapa, Terminal Kemiling, Rawa Laut, Pahoman, Teluk Betung.		
10	Jl Raden Intan dan Jl Kartini	ITERA, Lapangan Golf, Batu Putu, Pantai Duta Wisata, Ir. Sutami	Jarak Jauh	90.000 s/d 100.000
11	Terminal Rajabasa	Panjang, Sukaraja, Negeri Olok Gading, Kota Karang, Batu Putu		
12	RS. Imanuel	Sukadanaham, Batu Putu, Kota Karang		

Sumber : PT. Puspa Jaya Transport Bandar Lampung



Dari data tersebut, diketahui bahwa tarif antar dan jemput taksi online Puspa Jaya di kelompokkan menjadi empat yang berdasarkan jarak jemput dan antar dari penumpang. Trayek yang dicantumkan diatas adalah tarif resmi sebelum adanya pemberlakuan penerapan tarif batas atas dan batas bawah oleh pemerintah No. 108 Tahun 2017. Sesuai aturan Nomor 32 Peraturan Dirjen Perhubungan Tahun 2016.

Dengan demikian, tarif taksi yang berlaku sampai sekarang di wilayah Bandar Lampung hanya ada dua jenis tarif, antara lain:

1. Tarif atas

- a) *Flag Fall* : Rp. 7.000,- (tujuh ribu rupiah)
- b) Km selanjutnya : Rp. 4.500,- (empat ribu lima ratus rupiah)
- c) Tarif tunggu per jam : Rp. 30.000,- (tiga puluh ribu rupiah)

2. Tarif bawah

- a) *Flag Fall* : Rp. 5.000,- (lima ribu rupiah)
- b) Km selanjutnya : Rp. 3.000,- (tiga ribu rupiah)
- c) Tarif tunggu per jam : Rp. 25. 000,- ( dua puluh lima ribu rupiah)

Pengeluaran belanja modal (*capital expenditure/ Capex*) pada kendaraan taksi online mencakup biaya servis kendaraan taksi online, sedangkan untuk biaya operasional (*operasional expenditure/ opex*) pada kendaraan taksi online meliputi biaya pulsa dan bahan bakar minyak (BBM). Tarif yang ditetapkan telah termasuk

biaya asuransi baik untuk penumpang, supir dan asuransi kendaraan. Sehingga, penumpang dan sopir mendapat jaminan jika terjadi kecelakaan saat perjalanan.

### C. Data Kinerja Emiten Taksi Kuartalan PT. Puspa Jaya

Berikut data perolehan pendapatan dan laba bersih perusahaan PT. Puspa Jaya dalam kurun 2 tahun terakhir sejak bergabung dalam mitra grab taksi:

Tabel 3.3 Pendapatan PT. Puspa Jaya

(dalam rupiah)

Tahun	Kuartal			
	I	II	III	IV
2017	140,03	47,31	48,41	57,29
2018	57,60	57,84	-	-

sumber: PT. Puspa Jaya Transport 2017,2018

Tabel 3.4 Perolehan laba bersih PT. Puspa Jaya

(dalam rupiah)

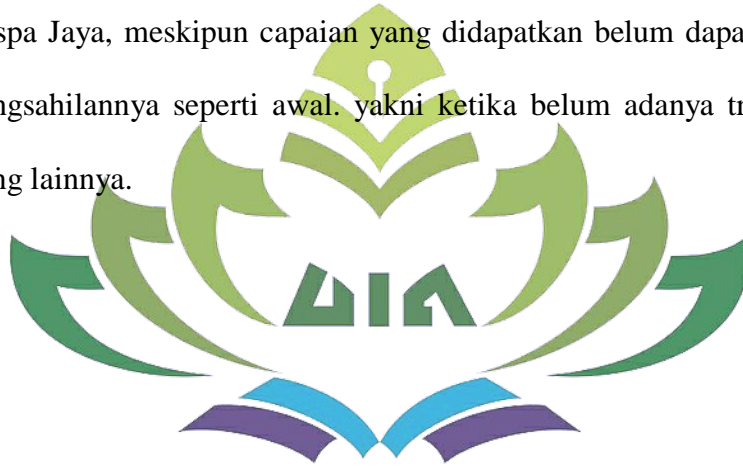
Tahun	Kuartal			
	I	II	III	IV
2017	15,90	5,85	6,02	6,73
2018	7,10	7,25	-	-

sumber: PT. Puspa Jaya Transport 2017,2018

Dari data diatas diperoleh bahwa PT. Puspa Jaya memperoleh pendapatan PT. Puspa Jaya terus menurun pada kuartal kedua tahun 2017 dan terus berlanjut sampai kuartal ketiga. Saat ini PT. Puspa Jaya sudah tergabung

dengan mitra Grab yakni Grab Taksi, meskipun sudah bergabung dengan dengan aplikasi Grab sangat berat untuk dapat menumbuhkan pendapatannya. Selain itu untuk grab taksi, tidak adanya promo seperti pada GraBike ataupun GrabCar dan tidak adanya pengurangan tarif, karena untuk taksi sendiri kode promo ataupun non tunai tidak dapat digunakan sehingga sulit untuk bersaing.

Pendapatan yang didapatkan oleh taksi online Puspa Jaya naik kurang dari 5% setiap 3 bulannya. hal ini berdampak positif bagi keberlangsungan Puspa Jaya, meskipun capaian yang didapatkan belum dapat mengembalikan penghasilannya seperti awal. yakni ketika belum adanya transportasi online yang lainnya.



#### D. Data Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan PT. Puspa Jaya

Berikut data distribusi berdasarkan pendapatan driver taksi online Puspa Jaya sebelum dan sesudah adanya *GrabCar* dan *GoCar*.

Tabel 3.4 Distribusi Responden Sebelum Hadirnya *GrabCar* dan *GoCar*

No	Kategori Pendapatan	Frekuensi	Persentase %
1	1.000.000 s/d 1.500.000	0	0
2	1.500.000 s/d 2.000.000	0	0
3	2.000.000 s/d 2.500.000	2	9,52
4	2.500.000 s/d 3.000.000	4	10,04
5	>3.000.000	15	71,42
Jumlah		21	100

Sumber: PT. Puspa Jaya 2016, 2017

Tabel 3.4 Distribusi Responden Sesudah Hadirnya *GrabCar* dan *GoCar*

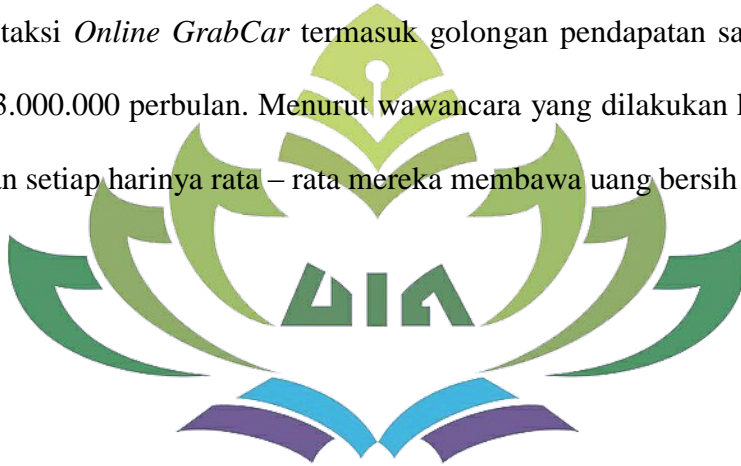
No	Kategori Pendapatan	Frekuensi	Persentase %
1	1.000.000 s/d 1.500.000	13	61,90
2	1.500.000 s/d 2.000.000	6	28,57
3	2.000.000 s/d 2.500.000	2	23,80
4	2.500.000 s/d 3.000.000	0	0
5	>3.000.000	0	0
Jumlah		21	100

Sumber: PT. Puspa Jaya 2016, 2017

Pendapatan driver taksi online Puspa Jaya semakin tidak menentu tiap harinya. Hal ini dipengaruhi oleh banyak tidaknya penumpang, berdasarkan data yang disajikan pada tabel 3.4 mengenai pendapatan Supir Taksi Puspa Jaya sebelum

hadirnya Taksi *Online GrabCar* sebelum tahun 2016 dapat diketahui sebanyak 2 responden dengan persentase (9,52%) memiliki pendapatan antara Rp.2.000.000 s/d 2.500.000, sebanyak 4 responden dengan persentase (10,04%) memiliki pendapatan antara Rp.2.500.000 s/d 3.000.000, sebanyak 15 responden dengan persentase (71,42%) memiliki pendapatan diatas Rp. 1.000.000 s/d 1.500.000.

Pendapatan para Supir Taksi Puspa Jaya terlihat sangat cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pada saat itu. Pendapatan supir taksi sebelum kehadiran taksi *Online GrabCar* termasuk golongan pendapatan sangat tinggi yakni diatas Rp.3.000.000 perbulan. Menurut wawancara yang dilakukan kepada responden mengatakan setiap harinya rata – rata mereka membawa uang bersih sekitar 200 ribu.



## E. Fasilitas layanan dan kemudahan PT. Puspa Jaya

### 3. Fasilitas Taksi PT. Puspa Jaya

Beberapa fasilitas dan layanan yang disediakan oleh PT. Puspa Jaya Taksi Bandar Lampung, diantaranya<sup>122</sup> :

#### a. Pengemudi terpercaya

Di belakang kemudi setiap KRU Puspa Jaya Taksi duduk seorang pengemudi yang kompeten, terlatih baik, dan berkomitmen memberikan konsumen perjalanan yang aman dan nyaman.

#### b. Layanan On Line dan Kontrol GPS 24 Jam

Seluruh armada telah dilengkapi perangkat GPS sehingga keberadaan termonitor setiap saat dan mempermudah cara menghubungi selaku konsumen dengan menggunakan aplikasi android on line taksi.

#### c. Armada yang terawat baik

Dukungan operasional bagi setaip armada dilakukan melalui penempatan bengkel di setiap pool Puspa Jaya Taksi di lokasi yang strategis. Penggantian kendaraan yang dilakukan setiap 5 tahun sekali demi menjaga kenyamanan dan keamanan penumpang<sup>123</sup> serta layanan mobil Derek juga tersedia setiap saat.

<sup>122</sup> *Supra* Catatan kaki Nomor 67.

<sup>123</sup> I Gede Wiradharma. Manajer Operasional Puspa Jaya. wawancara dengan penulis, Kantor Pool Puspa Jaya, Bandar Lampung, 16 Mei 2018.

d. Layanan pengembalian barang tertinggal

Setiap barang bawaan yang tertinggal di dalam armada akan dilaporkan dan terdaftar dalam database yang dapat diakses dari seluruh jaringan Puspa Jaya Taksi. Hal ini memungkinkan Puspa Jaya Taksi untuk melacak barang yang tertinggal.

e. Berlisensi

Seluruh pengemudi taksi yang telah bermitra dipastikan berlisensi dalam pelayanan berkendara yang aman dan nyaman

f. Berasuransi

.Puspa Jaya memberikan jaminan asuransi kepada driver dan penumpang. Selain itu driver juga akan mendapatkan asuransi keluarga.

**4. Kemudahan Layanan**

Di dalam pemesanan taksi Puspa Jaya telah bekerjasama dengan aplikasi GrabTaksi. Sehingga memudahkan pelanggan yang ingin menggunakan jasa taksi. Selain itu taksi dapat dipesan melalui via online lain yakni telfon yang telag tertera di website perusahaan.adapun beberapa kemudahan yang di tawarkan yakni:

a. Pemesanan

Lokasi lebih mudah terdeteksi untuk memasstikan jarak taksi dengan konsumen yang memesan jasa taksi. Konsumen tidak perlu menunggu



lama dalam memesan jasa taksi. Transaksi dalam pemesanan juga dipermudah dengan menggunakan dua jalur yakni:

i. Transaksi Langsung, yakni konsumen langsung memesan barang dan jasa kepada pelaku usaha penyedia melalui teknologi aplikasi, lalu barang dan jasa disediakan langsung dari penyedia.

ii. Transaksi melalui Penghubung, yakni konsumen memesan barang dan jasa kepada pelaku usaha yang menyediakan jasa penghubung, kemudian pelaku usaha tersebut melakukan pemesanan kepada pelaku usaha penyedia yang cocok dengan pesanan konsumen. Selanjutnya, penyedia barang dan jasa yang akan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen yang melakukan pemesanan di awal.

b. Kemudahan dalam melihat harga

Ketika lokasi tujuan telah dimasukan maka perkiraan biaya akan otomatis muncul. Sehingga konsumen dapat memperkirakan besaran harga yang akan dibayarkan.

c. Konfirmasi cepat, yakni ketika pesanan telah dikonfirmasi, dapat langsung melihat pengemudi terdekat yang terkonfirmasi.

d. Lokasi tujuan, dapat mengenali dan melacak pengemudi saat menuju ke lokasi konsumen. Sehingga lebih terpercaya dan memudahkan konsumen dalam berbagi informasi lokasi ke keluarga terdekat.

### 3. Struktur Organisasi PT. Puspa Jaya Transport

Organisasi merupakan suatu proses penetapan dan pembagian pekerjaan yang akan dilakukan. Pembagian tugas, tanggung jawab serta wewenang dan penetapan hubungan-hubungan antar unsur- unsur organisasi, sehingga memungkinkan orang-orang dapat bekerjasama seefektif mungkin untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Tugas yang ada dalam organisasi harus dibagi-bagi sedemikian rupa dan pendelegasian pada orang-orang tertentu agar terhindar dari salah pengertian antar masing-masing anggota di dalamnya.

Adapun tugas dan tanggung jawab dari fungsi jabatan di Taksi Online PT. Puspa Jaya Bandar Lampung sebagai berikut:

1. Pemimpin/ Direksi
  - b. Menangani, mengawasi serta bertanggung jawab secara penuh terhadap pengelolaan perusahaan.
  - c. Mengambil keputusan-keputusan yang berkaitan dengan perusahaan.
  - d. Melakukan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan.
2. Manajer Operasional
  - a. Bertanggung jawab secara penuh pada penerimaan karyawan.
  - b. Mengawasi penerimaan calon supir Taksi PT. Puspa Jaya dan karyawan.
  - c. Membuat strategi-strategi pemasaran perusahaan.

d. Mengkoordinasi dan mengawasi masing-masing agen perusahaan.

e. Bertanggung jawab pada pemsaran perusahaan.

### 3. Administrasi dan Operasional

a. Bertanggung jawab pada pembukuan baik itu mengenai daftar penerimaan pemesanan yang masuk maupun penghasilan dari supir taksi.

b. Memposting info terbaru mengenai PT. Puspa Jaya di Instagram mauoun situs resmi perusahaan.

c. Mencatat pemasukan yang masuk melalui kas perusahaan.

d. Melakukan pembukuan terkait nota, baik reparasi ataupun perbaikan kendaraan.

### 4. Marketing dan Checker Pool

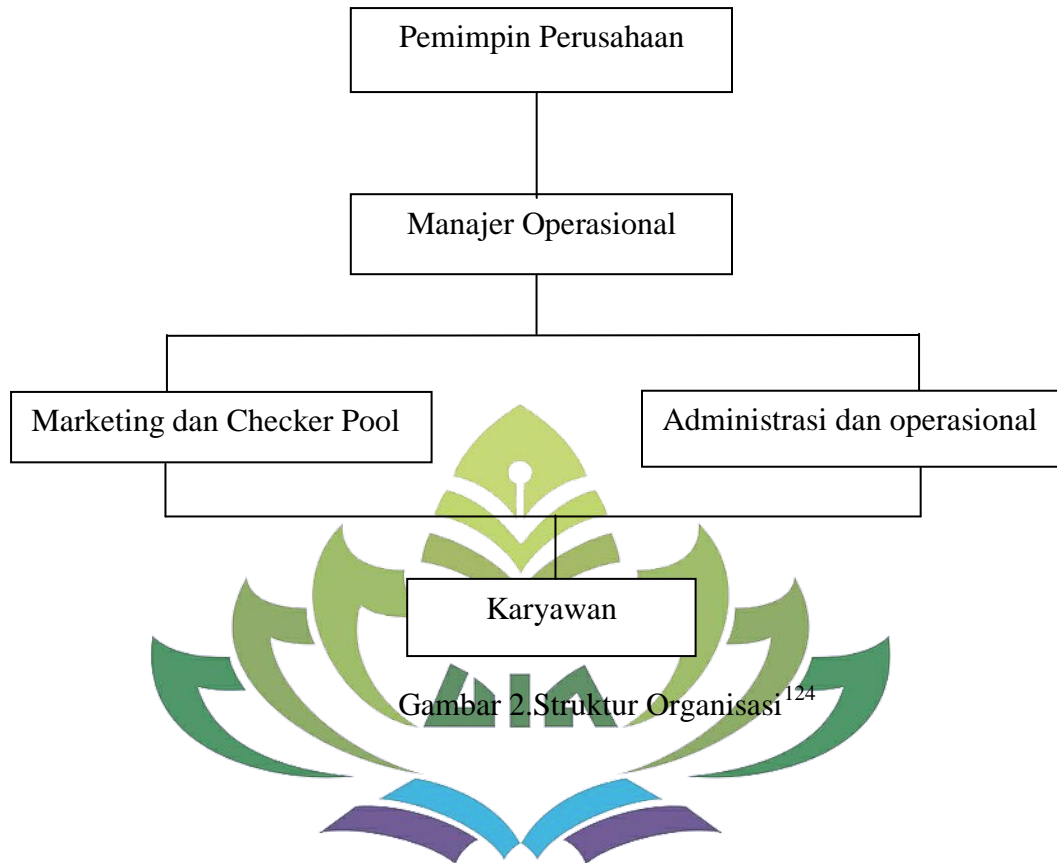
a. Bertanggung jawab atas pemeliharaan mobil sebelum dan sesudah keluar.

b. Melakukan pengecekan kilometer keluar masuk.

c. Mengecek kondisi mobil sebelum dan sesudah keluar serta bertanggung jawab sepenuhnya terhadap kondisi mobil.

Berikut bentuk bagan struktur organisasi PT. Puspa Jaya Transport Bandar Lampung.

### Bagan Struktur Organisasi PT. Puspa Jaya Transport Bandar Lampung



<sup>124</sup> "Profil Puspa Jaya" (On-line), tersedia di: <http://www.puspa-rentcar.com> (17 Mei 2018)

## **F. Deskripsi Respon Taksi Online PT. Puspa Jaya Transport Berkaitan dengan Penerapan Tarif Batas Atas dan Batas Bawah**

Masyarakat kota berhak memilih angkutan apa yang mereka pilih sesuai tujuan mereka serta soal keamanan dan kenyamanan. Kecanggihan teknologi saat ini membuat salah satu pengguna transportasi online membuat inovasi untuk memadukan kecanggihan teknologi internet dengan angkutan transportasi umum yang memudahkan masyarakat untuk mengakses melalui internet agar lebih mudah yang disebut angkutan online.<sup>125</sup> Adapun di kalangan driver taksi online menurut wawancara dari Dinas Perhubungan Bandar Lampung, kesimpulan yang dapat diambil yakni kurangnya pengetahuan masyarakat untuk mengetahui apabila takaran meter taksi yang diberikan sesuai atau belum pada ketentuan yang ada sehingga mereka hanya bisa berkeluh kesah saja.<sup>126</sup>

Keterangan dari salah satu penumpang yang beralih ke angkutan transportasi online, yaitu Hj. Nuraini seorang Ibu Rumah Tangga yang tinggal di Kompleks Griya Lestari Bandar Lampung, yang menggunakan jasa angkutan online ketika ada keperluan ke Bandara ataupun diantarkan sesuatu tempat, mengatakan:

“Layanannya mudah tidak perlu repot-repot keluar cari angkutan angkot, atau ketika pulang pergi keluar kota lebih mudah dalam pemesanan jasa. Sehingga tidak khawatir lagi ketika akan bepergian. Cukup pesan atau bahkan sudah ada yang standby di tempat. Jadi benar-benar mudah, aman dan nyaman.”<sup>127</sup>

---

<sup>125</sup> Darmadi, *Ibid.* h. 60.

<sup>126</sup> Suhendar, Dinas Perhubungan. wawancara dengan penulis, 26 April 2018.

<sup>127</sup> Nuraini, Ibu Rumah Tangga. wawancara dengan penulis, 18 Mei 2018.

Adapun kalangan mahasiswa Universitas Raden Intan Lampung menyukai layanan taksi online mengenai tarif taksi online:

“Walau ada kenaikan tentu taksi online tetap lebih murah, karena taksi online tarif sesuai dengan kilometer. Tidak banyak berpengaruh ke bertambahnya pengguna taksi konvensional karena harga konvensional tetap akan berjalan walau macet.”<sup>128</sup>

“Masih lebih murah online karena harganya pasti. Kalau cocok naik, kalau tidak yasudah. Kalau konvensional kan belum pasti berapa harganya. Konvensional juga belum tentu aman. Lagian lebih nyaman juga kalau sudah nyaman kan susah”<sup>129</sup>

Pendapat lain pun disampaikan oleh Ibu Endang:

“Sebelum adanya Gocar dan GrabCar biasanya sampai 20 armada taksi Puspa Jaya yang menunggu disini. Dan perharinya bisa lima kali mengambil penumpang permobilnya. Kalau sekarang susah, kadang kesian sama supirnya seharian tidak dapat penumpang”.<sup>130</sup>

Pendapat bapak Hamidi salah satu driver Taksi Online Puspa Jaya:

“Sekarang sulit, untuk dapat satu penumpang aja sudah syukur alhamdulillah. Iya walaupun sekarang sudah bergabung dengan Grab tapi untuk penghasilan masih sama aja, engga ada bedanya. Kalau taksi Puspa Jaya untuk di Bandara masih lumayanlah ada satu ada dua penumpang bisa setor karena disana tidak dibolehin untuk yang online masuk.”

Wawancara diatas menjelaskan bahwa tarif batas atas dan batas bawah yang berlaku belum dapat dirasakan dampak positifnya oleh masyarakat terutama driver taksi online Puspa Jaya. Karena masyarakat menilai bahwa tarif batas atas dan bawah pada taksi online dinilai masih mahal dibandingkan transportasi online lain.<sup>131</sup>

---

<sup>128</sup> Siti Nurjannah, Mahasiswi, wawancara dengan penulis, 9 Juli 2018.

<sup>129</sup> Adam O. G, wawancara dengan penulis, 9 Juli 2018

<sup>130</sup> Ibu Endang, wawancara dengan penulis, pedagang di depan restaurant Garuda, 19 Juli 2018.

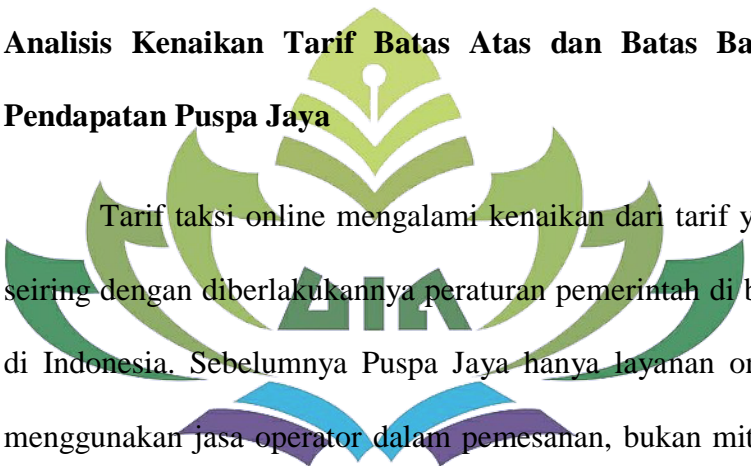
<sup>131</sup> Dirman, *Ibid.*

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

#### **A. Analisis Dampak Penerapan Tarif Batas Atas dan Batas Bawah Terhadap Keberlangsungan Usaha Transportasi Taksi Online di Bandar Lampung**

##### **1. Analisis Kenaikan Tarif Batas Atas dan Batas Bawah Terhadap Pendapatan Puspa Jaya**



Tarif taksi online mengalami kenaikan dari tarif yang sebelumnya seiring dengan diberlakukannya peraturan pemerintah di berbagai wilayah di Indonesia. Sebelumnya Puspa Jaya hanya layanan online biasa yang menggunakan jasa operator dalam pemesanan, bukan mitra aplikasi Grab seperti beberapa bulan terakhir. Tarif yang di dapat mengalami penurunan orderan dan sewa sehingga pendapatan setoran pengemudi berkurang setiap hari. Dan pendapatan perusahaan setiap bulannya tidak tercapai dan perusahaan terancam bangkrut. Menurut data yang diperoleh dari pembukuan PT. Puspa Jaya didapat, bahwasanya penurunan pendapatan perusahaan mulai menurun sejak kuartal kedua tahun 2017, yakni saat maraknya transportasi berbasis aplikasi marak di Bandar Lampung.



Tabel 4.1 Perkembangan Emiten Kuartalan PT. Puspa Jaya tahun 2015. 2016, 2017 dan 2018

Keterangan	2015				2016			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Pendapatan (dalam rupiah)	284,06	254,03	248,69	252,01	210,31	143,58	153,05	145,63
Laba bersih (dalam rupiah)	40,27	32,12	21,50	21,17	19,90	20,01	17,30	16,14

*Sumber: PT. Puspa Jaya Transport 2015, 2016*

Keterangan	2017				2018			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Pendapatan (dalam rupiah)	140,03	47,31	48,41	57,29	57,60	57,84	-	-
Laba bersih (dalam rupiah)	15,90	5,85	6,02	6,73	7,10	7,25	-	-

*Sumber: PT. Puspa Jaya Transport 2017, 2018*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di lapangan mengenai pelanggan taksi online Puspa Jaya, dapat diketahui keseluruhan responden berjumlah 21 armada dengan persentase (100%) mengatakan pelanggan mereka berkurang drastis. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya persaingan dalam mencari penumpang dan harga-harga dari para pesaing yang terbilang murah dibandingkan Puspa Jaya.

Sekalipun batasan tarif telah diberlakukan dan disahkan mulai awal februari 2018 namun pendapatan driver taksi online masih berkurang drastis dibandingkan sebelum-sebelumnya. Untuk batasan tarif bawah taksi online puspa jaya sudah mengikuti prosedur SK gubernur tahun 2018 dengan tarif dasar 6500 per kilometer. Tarif taksi untuk Taksi Puspa Lampung menggunakan tarif argometer per Kilometer Rp. 4.500 dan buka pintu (*flag fall*) Rp. 7.000 dengan tarif minimal Rp. 30.000

Harga ini masih jauh lebih mahal di bandingkan dengan harga pesaing. Taksi online juga kesulitan di dalam argometer taksi terutama jika kondisi jalanan sedang macet, konsumen tetap akan memilih kendaraan lain yang lebih murah. Peraturan yang ditetapkan pemerintah tidak berdampak banyak untuk pendapatan driver setiap harinya. Dari data pembukuan didapatkan bahwasanya sebelum dan sesudah adanya pemberlakuan penetapan tarif batas atas dan bawah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumen.

PT. Puspa Jaya memperoleh pendapatan sebesar Rp 248,060.000 pada kuartal pertama tahun 2015, pada kuartal kedua berhasil memperoleh pendapatan sebesar Rp. 253.030.000 naik 10,20 persen dari kuartal pertama 2015. Namun, pada kuartal berikutnya pendapatan PT. Puspa Jaya menurun 9,7 persen menjadi Rp.248.069.000 lalu membaik setelahnya menjadi Rp. 252.010.000. Kemudian pada tahun 2016 hanya memperoleh

pendapatan sebesar Rp.210.310.000, turun sebesar dari kuartal sebelumnya. Pada kuartal kedua tahun 2016 sebesar 143.580.000 berikutnya turun lagi hingga 12,4 persen menjadi 115.630.000. Rata-rata kenaikan berkisar dibawah 3 persen saja, namun capaian positif ini belum dapat menyamai kinerja setahun sebelumnya.

Laba tahunan yang dihitung perkuartal mengalami penurunan sejak kuartal kedua (April, Mei, Juni) tahun 2017 yakni menurun 300 persen dari laba bersih sebesar 15,90 menjadi 5,85. Setelah adanya penerapan tarif batas atas dan batas bawah pada taksi online sebagaimana yang ditetapkan oleh Pemerintah dalam Permenhub 26 terlihat pada kuartal berikutnya yakni di kuartal ketiga (Juli, Agustus, September) tahun 2017 ditunjukkan kenaikan dari sebelumnya meskipun belum dapat menumbuhkan pendapatannya seperti semula. Kenaikan sebesar 0,17 persen, kemudian 0,71 persen. Pertumbuhan pendapatan Puspa Jaya berkisar pada angka 1 persen saja selama empat kuartal, terhitung dari kuartal ketiga tahun 2017 sampai kuartal kedua tahun 2018.

Menurunnya jumlah pendapatan taksi online Puspa Jaya, karena kalah bersaing dalam hal tarif dan promo dengan transportasi online lainnya. Selain itu peraturan yang belum tegas diberlakukan untuk transportasi online lainnya mengakibatkan jumlah penghasilan taksi Puspa Jaya kian menurun. Pengelola PT. Puspa Jaya Transport melakukan

berbagai upaya diantaranya melakukan kolaborasi dengan perusahaan aplikasi untuk lebih memudahkan konsumen dalam pemesanan untuk jasa taksi online Puspa Jaya. Yakni dengan mengunduh aplikasi Grab dan memilih vitur Grab Taksi. Sekalipun sudah bergabung menjadi mitra dengan aplikasi Grab taksi, namun sangat berat bagi Puspa Jaya untuk bisa menumbuhkan pendapatannya. Apalagi jumlah pengemudi transportasi online yang semakin bertambah setiap bulannya.

Tarif batas bawah untuk layanan angkutan online yang serupa masih jauh lebih murah dibandingkan dengan taksi online. Taksi online berlembaga legal dituntut untuk tunduk sepenuhnya untuk tunduk pada ketatnya aturan transportasi, sementara para pengemudi taksi online pribadi tidak tunduk pada aturan tersebut. Pendapatan PT. Puspa Jaya sejak diberlakukannya penetapan tarif batas atas dan bawah oleh pemerintah, tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini dikarenakan harga yang ditetapkan untuk taksi online masih lebih mahal, tarif yang berlaku untuk taksi online dengan plat kuning jauh lebih besar dibandingkan dengan plat hitam (kendaraan pribadi).

## 2. Analisis Keberlangsungan Usaha Puspa Jaya

Tarif yang ditetapkan untuk transportasi mobil online lebih murah dibandingkan dengan taksi online, belum lagi harga-harga yang murah tersebut masih dikenakan promo dan potongan harga dalam bentuk lain. Hal ini menghambat Puspa Jaya dalam hal persaingan. Bukan hanya perihal tarif yang dikeluhkan usaha taksi baik online ataupun konvensional. Namun terletak pada promo- promo dan potongan harga yang gencar dilakukan oleh beberapa aplikasi. Termasuk grab sendiri. Untuk harga terlihat secara transparan perihal jarak yang ditempuh oleh armada kendaraan.

Tabel 4.3 Data Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan PT. Puspa Jaya Sebelum dan Sesudah Hadirnya *GrabCar* dan *GoCar*

No	Kategori Pendapatan	Frekuensi		Persentase	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	1.000.000 s/d 1.500.000	0	13	0	61,90
2	1.500.000 s/d 2.000.000	0	6	0	28,57
3	2.000.000 s/d 2.500.000	2	2	9,52	23,80
4	2.500.000 s/d 3.000.000	4	0	10,04	0
5	>3.000.000	15	0	71,42	0
Jumlah		21		100	

Sumber: PT. Puspa Jaya 2016, 2017

Pendapatan Supir Taksi Puspa Jaya sebelum hadirnya Taksi *Online GrabCar* sebelum tahun 2016 dapat diketahui sebanyak 2 responden dengan persentase (9,52%) memiliki pendapatan antara Rp.2.000.000 s/d 2.500.000, sebanyak 4 responden dengan persentase (10,04%) memiliki pendapatan antara Rp.2.500.000 s/d 3.000.000, sebanyak 15 responden dengan persentase (71,42%) memiliki pendapatan diatas Rp. 1.000.000 s/d 1.500.000. Menurut wawancara yang dilakukan kepada responden mengatakan setiap harinya rata – rata mereka membawa uang bersih sekitar 200 ribu.

Menurut data perolehan pendapatan PT. Puspa Jaya pada pertengahan tahun 2017 mengalami kerugian mencapai 80%, hal ini dikarenakan banyaknya driver Puspa Jaya yang tidak mendapatkan penumpang selama sehabisan bahkan beberapa hari. Sehingga mereka tidak dapat memberikan uang setoran kepada perusahaan. banyak dari dirver yang memilih untuk menunggu konsumen memesan jasa mereka daripada berkeliling mencari penumpang. Hal ini dilakukan para driver untuk menghemat biaya operasional seperti bahan bakar minyak atau bensin.

Tarif yang ditetapkan untuk transportasi berupa mobil pribadi (online) masih jauh lebih murah, hal ini karena pihak perseroan harus membayar biaya-biaya seperti sewa lahan untuk pool, biaya uji KIR, dan asuransi. Sedangkan untuk transportasi kendaraan pribadi banyak yang

tidak memenuhi standar yang seharusnya seperti belum ada asuransi jiwa untuk pengemudi dan konsumen, tidak melakukan KIR kendaraan secara benar. Belum lagi trik curang dalam memalsukan orderan atau pesanan yang dilakukan beberapa pengemudi, yakni berpura-pura melayani penumpang padahal sebenarnya tidak ada yang memesan. Untuk taksi online tidak dapat dilakukan karena adanya pengecekan kilometer pool setiap harinya, sebelum dan sesudah mobil keluar dari pool. Untuk perihal pendapatan, taksi Puspa Jaya menggunakan kejujuran dengan tidak melakukan kecurangan, karena selain kilometer yang menjadi kendala. Yakni terletak pada sistem gaji atau penghasilan yang didapatkan oleh para driver taksi online Puspa Jaya. Penghasilan driver taksi Puspa Jaya berdampak langsung pada pendapatan perusahaan.

Perbedaan tarif ini telah disesuaikan dengan perhitungan biaya langsung dan tidak langsung, seperti asuransi dan alat komunikasi. Selain itu biaya operasional lain yang dipertimbangkan dalam perhitungan tarif ini antara lain meliputi pembelian *spare part* dan ban. Pada dasarnya, penetapan batasan tarif ini memberikan keuntungan terbesar bagi konsumen. Dengan batasan tarif yang ditetapkan tersebut. Pilihan alat transportasi serupa menjadi lebih banyak, yaitu antara menggunakan jasa taksi online atau taksi konvensional. Serupa dengan perbedaan tarif antara taksi online dengan taksi konvensional menjadi tidak jauh berbeda.



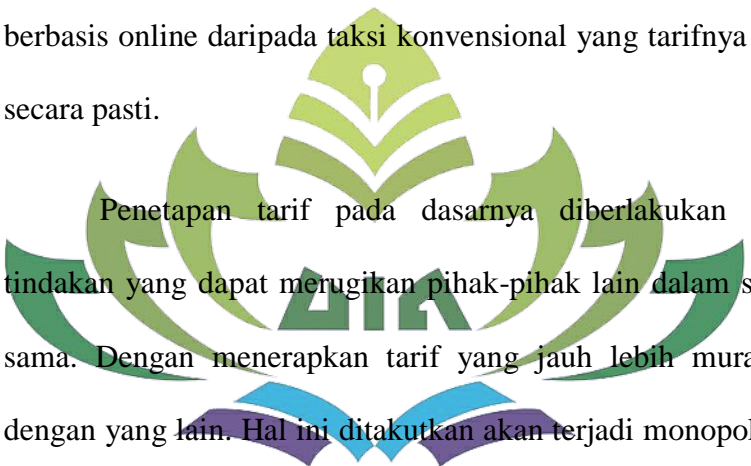
Penetapan tarif baru ini juga melindungi konsumen dari mahalannya tarif taksi online yang terkadang tidak masuk akal saat waktu tertentu. Misalnya, pada saat jam sibuk (*rush hour*) ataupun hujan, saat permintaan menjadi tinggi, dampaknya tarif taksi online menjadi jauh lebih mahal ketimbang biasanya. Sebab, taksi online menetapkan perbedaan harga saat jam sibuk (*rush hour*) dan tingginya permintaan (*non rush hour*).

Pelaksanaan penerapan tarif batas atas dan batas bawah pada taksi online Puspa Jaya sudah diterapkan seiring dengan berlakunya Peraturan Pemerintah 26 tentang penerapan batasan tarif pada taksi online. Kebijakan penerapan tarif batas ini merupakan mekanisme pengaturan langsung dari pemerintah terhadap taksi daring dikalangan masyarakat yang menggunakan tarif yang sangat murah. Sehingga dikhawatirkan menimbulkan monopoli pasar oleh satu perusahaan jasa saja. Meskipun begitu dengan adanya penerapan tarif ini ada beberapa pelanggan setia Puspa Jaya yang merasa terbebani dengan adanya penerapan tarif batas tersebut, apalagi pelanggan yang baru menggunakan taksi online Puspa Jaya.

Bagi pengemudi taksi online meskipun batasan tarif ini cenderung lebih tinggi dibandingkan tarif sebelumnya, tetapi belum berdampak langsung pada jumlah pendapatan mereka. Pertama meskipun biaya tarif taksi online cenderung lebih murah daripada konvensional, tapi dengan perbedaan harga yang tidak signifikan dipastikan jumlah penumpang taksi online akan berkontraksi. Dampak lainnya adalah bonus yang diterima oleh pengemudi. Pendapatan pengemudi taksi online tak hanya diterima dari biaya yang dibayarkan oleh penumpang tetapi melalui bonus yang dihitung baik dari jumlah perjalanan (*trip*) hingga promosi yang diberikan oleh operator layanan. Dengan adanya jumlah kontraksi jumlah penumpang atau perjalanan karena perbedaan harga yang tidak signifikan, maka akan berdampak pada jumlah bonus yang diterima pengemudi.

Di dalam perusahaan PT. Puspa Jaya Transport Bandar Lampung ini juga mempunyai struktur organisasi untuk mengelola perusahaan dan juga mempunyai mitra *driver*/ pengemudi untuk menjalankan aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuan utama sebuah perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Salah satu keunggulan dari taksi online Puspa Jaya yaitu memberikan kepastian tarif yang harus dibayar oleh penumpang.

Tarif tersebut tetap konsisten tanpa adanya perubahan, baik itu ketika banyaknya permintaan yang datang dalam pemesanan taksi online Puspa Jaya, kemacetan yang tak dapat diduga, berbagai musim dan waktu. Sehingga mempermudah konsumen yang akan memesan taksi online dan tidak akan khawatir adanya penambahan tarif atau perubahan tarif yang tiba-tiba terjadi karena alasan cuaca ataupun alasan yang lainnya. Hal ini yang menjadi daya tarik masyarakat untuk menggunakan transportasi berbasis online daripada taksi konvensional yang tarifnya belum diketahui secara pasti.



Penetapan tarif pada dasarnya diberlakukan untuk menekan tindakan yang dapat merugikan pihak-pihak lain dalam suatu usaha yang sama. Dengan menerapkan tarif yang jauh lebih murah dibandingkan dengan yang lain. Hal ini ditakutkan akan terjadi monopoli oleh salah satu pihak perusahaan saja. Tarif batas atas dan tarif batas bawah untuk menekan tindakan perusahaan yang sewenang-wenang menggunakan tarif murah dipasaran. Selain itu penetapan tarif diberlakukan untuk keuntungan perusahaan dan usaha itu sendiri. Diantaranya digunakan untuk reparasi kendaraan (perawatan kendaraan) yang rusak, asuransi jiwa baik *driver* maupun penumpang sebagai konsumen, serta kenyamanan konsumen dan keuntungan *driver* itu sendiri

Penetapan tarif batas atas dan batas bawah bertujuan untuk menciptakan iklim persaingan yang sehat antar taksi konvensional dan taksi online. Perhitungan yang diberlakukan dalam Peraturan Menteri Nomor 26 Tahun 2017 tersebut untuk membuat industri taksi yang sehat. Peraturan ini dibuat dengan memikirkan keberlangsungan usaha bukan hanya jangka pendek tapi juga di dalam jangka panjang. Hal ini agar supir-supir mendapatkan harga dan nilai yang dibawa pulang dengan wajar. Pengeluaran belanja modal pada kendaraan taksi online mencakup biaya servis kendaraan taksi online, sedangkan untuk biaya operasional pada kendaraan taksi online meliputi biaya pulsa dan bahan bakar minyak (BBM). Tarif yang ditetapkan telah termasuk biaya asuransi baik untuk penumpang, supir dan asuransi kendaraan. Sehingga, penumpang dan sopir mendapat jaminan jika terjadi kecelakaan saat perjalanan

## **B. Analisis Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Tarif Batas Atas dan Bawah dalam Keberlangsungan Usaha di PT. Puspa Jaya**

PT. Puspa Jaya Transport merupakan transportasi online yang langsung menjemput penumpang dilokasi dan tidak memiliki pangkalan. Dalam praktek usaha yang dijalankan oleh Puspa Jaya ini termasuk dalam akad sewa- menyewa (*ijarah*). Karena pelanggan harus terlebih dahulu melakukan pemesanan melalui aplikasi Grab Taksi dan mobil yang sudah disewa akan menjemputnya.

Tarif yang digunakan konsisten atau tetap kepada pelanggan selaku konsumennya. Tarif yang digunakan tidak akan berpengaruh terhadap jam sibuk (*rush hour*) juga tidak akan berubah-ubah dengan kondisi cuaca hujan maupun karena tingginya permintaan (*non rush hour*) dari konsumen serta penambahan tarif lainnya. Qardhawi menyatakan bahwa penentuan harga yang dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama.<sup>132</sup> Dalam hal ini tarif taksi online Puspa Jaya mengenakan biaya Rp. 4.500 per Kilometer dengan tarif tunggu atau minimal tarif Rp. 30.000 per jam dan tarif buka pintu *flag fall* Rp. 7.000. Tarif Puspa Jaya yang dikenakan kepada konsumen sesuai dengan Surat Keputusan (SK) Gubernur Provinsi Lampung sehingga akan tetap sama sampai adanya

---

<sup>132</sup>Yusuf Qardhawi, *Ibid*, h.257.

regulasi terkait tentang tarif. Selain itu promosi yang ditetapkan Harga dapat dilihat pada aplikasi pelanggan dan driver taksi sehingga diketahui oleh kedua pihak. Harga akan langsung tertera pada aplikasi ketika pelanggan akan melakukan pemesanan. Jika pelanggan setuju (*ridha*) dengan harga yang ditentukan dalam aplikasi barulah pelanggan memesan taksi. Sehingga tidak adanya pemaksaan pada pelanggan maupun driver.

Menurut Ibnu Taimiyah penetapan harga diukur atas kompensasi dengan harga yang adil, yakni harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan satu pihak dan menguntungkan pihak yang lainnya.<sup>133</sup> PT. Puspa Jaya Transpot tidak menggunakan sistem *Predatory Tariff* yakni memberikan promo-promo yang dapat merugikan pihak lain sehingga merusak harga di pasaran. Namun hasil di lapangan, penetapan tarif batas atas dan batas bawah yang digunakan dalam usaha Puspa Jaya tidak menambah pendapatan perusahaan justru merugikan PT. Puspa Jaya itu sendiri. Karena banyaknya pesaing yang menggunakan promo murah (*Predatory Tariff*) untuk mendapatkan pelanggan. Konsumen akan tertarik pada satu jasa transportasi online saja dan mengesampingkan usaha serupa karena adanya perbedaan harga yang jauh. Sehingga terjadi kesenjangan bahkan untuk sesama usaha transportasi online. Usaha sejenis yang tidak dapat

---

<sup>133</sup> M. Abdul Manan, *Ibid*, h. 156

mengimbangi promo murah pesaing akan gulung tikar, terutama transportasi online yang menggunakan sistem setoran bukan insentif.

Hal ini menghambat Puspa Jaya dalam hal persaingan. Bukan hanya perihal tarif yang dikeluarkan usaha taksi online. Tetapi terletak pada promo- promo dan potongan harga yang gencar dilakukan oleh beberapa aplikasi. Termasuk grab sendiri. Untuk harga terlihat secara transparan perihal jarak yang ditempuh oleh armada kendaraan. Upaya pemerataan yang dilakukan ternyata menimbulkan efisiensi usaha, produktivitas rendah mengakibatkan alokasi sumber daya pada akhirnya tidak efisien yang diharapkan dan terjadi penurunan pendapatan usaha. Alokasi tarif yang dijalankan tidak sesuai dengan penghasilan yang didapatkan. Berikut data pendapatan PT. Puspa Jaya:

Tabel 4.4 Data Pendapatan Kuartalan PT. Puspa Jaya

Tahun	Kuartal			
	I	II	III	IV
2015	284,06	254,03	248,69	252,01
2016	210,31	143,58	153,05	145,63
2017	140,03	47,31	48,41	57,29
2018	57,60	57,64	-	-

*Sumber: PT. Puspa Jaya Transport 2015, 2016, 2017, 2018*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di lapangan mengenai pelanggan taksi online Puspa Jaya, dapat diketahui PT.



Puspa Jaya memperoleh pendapatan pada tahun 2016 hanya memperoleh pendapatan sebesar Rp.210.310.000, turun sebesar dari kuartal sebelumnya. Pada kuartal kedua tahun 2016 sebesar 143.580.000 berikutnya turun lagi hingga 12,4 persen menjadi 115.630.000.

Setelah adanya penerapan tarif batas atas dan batas bawah pada taksi online sebagaimana yang ditetapkan oleh Pemerintah dalam Permenhub 26 terlihat pada kuartal berikutnya yakni di kuartal ketiga (Juli, Agustus, September) tahun 2017 ditunjukkan kenaikan dari sebelumnya meskipun belum dapat menumbuhkan pendapatannya seperti semula. Kenaikan sebesar 0,17 persen, kemudian 0,71 persen. Pertumbuhan pendapatan Puspa Jaya berkisar pada angka 1 persen saja selama empat kuartal, terhitung dari kuartal ketiga tahun 2017 sampai kuartal kedua tahun 2018. Rata-rata kenaikan berkisar dibawah 3 persen saja, namun capaian positif ini belum dapat menyamai kinerja setahun sebelumnya.

Tarif yang digunakan dalam taksi Puspa Jaya justru membuat pihak perusahaan merugi, karena tarif yang ditetapkan masih terbilang mahal dibandingkan dengan transportasi online lainnya. Alokasi tarif yang dijalankan tidak sesuai dengan penghasilan yang didapatkan. Hal ini mengurangi pemasukan pendapatan yang diterima pihak Puspa Jaya setiap kuartalnya. Termasuk pendapatan driver taksi yang semakin menurun.

Ibnu Khaldun menjelaskan tentang mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga, ia menjabarkan semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga tergantung pada pasar, bila suatu barang langka dan banyak diminta maka harganya akan naik.<sup>134</sup> Dalam praktiknya taksi online Puspa Jaya menggunakan perhitungan tarif yang konsisten dan tidak berubah-ubah sekalipun pesanan sedang naik ataupun saat cuaca sedang hujan dan faktor lainnya. Tarif yang digunakan sesuai dengan Surat Keputusan (SK) Gubernur Provinsi Lampung sehingga akan tetap sama sampai adanya regulasi terkait tentang tarif.

Tarif tetap yang dipergunakan PT. Puspa Jaya karena tarif batas atas dan batas bawah pada mobil online masih lebih murah dibandingkan transportasi taksi online. Jika Puspa Jaya menaikkan tarif batas atas maka konsumen akan kembali memilih transportasi lain. Alokasi tarif yang digunakan tidak sesuai dengan penghasilan yang didapatkan. Sehingga mengurangi pemasukan pendapatan Puspa Jaya dan pendapatan driver.

---

<sup>134</sup> Eka Yunia Fauzia, *ibid*

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Dalam pembahasan yang telah dipaparkan penulis pada bab-bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan bahwa:

1. Penerapan tarif batas atas dan batas bawah berdampak positif bagi penambahan penghasilan yang didapatkan driver. Meskipun biaya tarif taksi online cenderung lebih murah daripada konvensional, tapi dengan perbedaan harga yang tidak jauh dipastikan jumlah penumpang taksi online akan berkontraksi.
2. Penerapan tarif batas atas dan batas bawah dalam ekonomi Islam diperbolehkan. Atas dasar memberikan pembayaran yang patut dengan adanya jasa yang diberikan. Penumpang mengetahui kalkulasi harga secara adil dan memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Sedangkan driver memperoleh keuntungan yang normal dari konsumen.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam strategi bisnis jasa transportasi berbasis online, diantaranya adalah:

1. Pemerintah seharusnya bertindak secara tegas menghukum dan memberikan sanksi administrative kepada setiap operator taksi yang tidak mematuhi atau tidak memenuhi standar pelayanan minimum angkutan taksi atau melakukan *predatory tariff* sebagaimana dalam Surat Keputusan Gubernur Provinsi Lampung 11 november 2017.
2. Penyedia layanan, terkhusus pihak PT. Puspa Jaya Transport lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat langsung dirasakan oleh konsumen. Misalnya memberi kemudahan mengakses bagi konsumen semudah GoCar sehingga loyalitas konsumen lebih baik lagi.
3. Penyedia layanan atau *driver* taksi untuk melakukan pemberitahuan terlebih dahulu terhadap konsumen tentang ketentuan taksi telah menggunakan tarif batas atas dan batas bawah agar terciptanya tranparasi kepada konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Dessy. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia Surabaya, 2005.
- Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Aness, *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Arifin, Rijal. *Mengenal Jenis Dan Teknik Penelitian*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Arikunto, Suharsimi *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet. ke-15, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Darmadi, Wardiman, "Dampak Transportasi Online Terhadap transportasi angkutan umum lainnya di Kota Makassar" (Makassar, 16 Juli 2016)
- Deddy Setyawan Wicaksono, "Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Online Untuk Meningkatkan Loyalitas". Vol. 3, No. 3, Juni 2010.
- Ghofur Abdul, *Penerapan Prinsip Syariah Dalam lembaga Keuangan Lembaga Pembiayaan dan Perusahaan Pembiayaan* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Hadi, Syamsul. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*, (edisi I) Yogyakarta: EKONISIA, 2006.
- Hafizh Dasuki dkk, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 2007.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistika*. (cet. III). Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Kahar, Abdul, *Interaksi Sosial Sopir Angkutan Umum di UIN Alauddin Makassar*, Vol. 2 No 2 (Februari 2010)
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi UII, 1993.

- Muhamad. *Manajemen Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Muhammad, Abdul Kadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung; Citra Aditya Bakti, 2004.
- Narbuko Cholid dan Abu Ahmadi, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta; Bumi Aksara, 1997.
- Peraturan Pemerintah Kementrian Perhubungan Nomor 108 Tahun 2017 tentang Tarif Batas Taksi Online, Pemenhub 26.
- Prastowo, *Metode Penelitian Kuantitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Setyawan, Dedi. *Upaya Perum Damri Dalam Meningkatkan Pelayanan Transportasi Angkutan Umum Perintis di Kabupaten Ponorogo*. Ponorogo: Program Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah, 2017.
- Sugiono, *Penelitian Administratif*, Bandung: Alfabeta, 2001.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sumardi, Budi Karya. "Revisi Peraturan Menteri" (On-line), tersedia di : [www.detikfinance](http://www.detikfinance) (9 Oktober 2017).
- Suradi, "Tukang Ojek Studi Tentang Perilaku Berlalu Lintas di Wilayah Perumnas Antang Makassar". Vol 5, No 2, Tahun 2016.
- Susiadi. *Metode Penelitian*. Lampung; Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2015.
- Tika Muhammad Pabundu, *Metodelogi Penelitian Riset Bisnis*, Jakarta; Bumi Aksara, 2006.
- Undang-Undang Republik Indonesia tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2015.

Yoviano Salomo P. Siregar, “Analisa Dugaan Penetapan Tarif Bawah Taksi di Provinsi DKI Jakarta Menurut Hukum Persaingan Usaha”. *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen*, Vol.3, No.3, Juni 2011.

Zahra, Atika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , Vol 2. No 3 (6 Oktober 2017).







## DAFTAR GAMBAR









## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **ANALISIS DAMPAK BESARAN TARIF BATAS ATAS DAN BATAS BAWAH PADA TAKSI ONLINE TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(STUDI PADA TAKSI ONLINE PUSPA JAYA BANDAR LAMPUNG)**

Oleh

Tirani Suryanti

(1451010123)

**JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**ISLAM**

**UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

Nama :

Jabatan :

Hari/Tanggal :

Lokasi Wawancara :

1. Untuk pihak Puspa Jaya, apakah keberatan perihal penetapan tarif batas pada usaha?
2. Apakah Puspa Jaya ini termasuk lembaga Transportasi yang legal/sah menurut hukum?
3. Menurut bapak/ibu apa berdampak pada penghasilan Puspa Jaya setelah adanya pemberlakuan Tarif?
4. Apa ada pemberian promo bagi pengguna atau konsumen?
5. Apa yang ditawarkan oleh pihak Puspa Jaya untuk konsumen?

6. Apakah pernah menanggapi keluhan-keluhan konsumen perihal tarif argometer taksi?
7. Apakah ada rencana kedepannya untuk ikut serta dalam aplikasi online lainnya atau membuat aplikasi online sendiri?
8. Menurut bapak/ibu, bagaimana pendapatan yang diterima setelah adanya batasan tarif?
9. Menurut bapak/ibu apa alasan tetap menggunakan layanan taksi Puspa Jaya?
10. Bagaimana cara ataupun strategi dari taksi online Puspa Jaya sendiri dalam menarik minat masyarakat agar tertarik menggunakan jasa taksi puspa jaya?
11. Apa rencana pengelola taksi Puspa Jaya untuk memajukan usaha, seiring dengan maraknya angkutan online di Bandar Lampung?
12. Menurut bapak/ibu apakah adanya tarif batas atas dan bawah dapat membantu meningkatkan usaha taksi online yang ada di Bandar Lampung?
13. Upaya apa yang dilakukan agar usaha Taksi online Puspa Jaya dapat berdaya dan berkualitas kehidupan yang lebih baik?
14. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pengaruhnya terutama terhadap pembangunan serta pemberdayaan masyarakat setelah adanya pemberlakuan batasan tarif pada taksi online dari pemerintah?
15. Adakah kendala dalam menerapkan batasan tarif pada taksi Puspa Jaya?
16. Bagaimana pendapatan setelah dan sesudah adanya penerapan tarif batas atas dan batas bawah pada taksi online Puspa Jaya?